

**Қазақстан Республикасы Білім және Ғылым министрлігі
Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті
Қазақстан тарихы және медиакоммуникациялар кафедрасы**

**Министерство образования и науки Республики Казахстан
Международный Университет Информационных Технологий
Кафедра медиакоммуникации и Истории Казахстана**

**Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan
International Information Technologies University
Department of media communications and History of Kazakhstan**

**Тұңғыш Президент күні мен Халықаралық Ақпараттық
Технологиялар Университетіне 10 жылдығына арналған
«Цифрлық Қазақстан: трендтер мен перспективалары» атты
Халықаралық ғылыми-теориялық конференцияның
МАТЕРИАЛДАРЫ
29 қараша, 2019**

**МАТЕРИАЛЫ
Международной научно-практической конференции
ко Дню Первого Президента и 10-летию Международного
Университета Информационных Технологий на тему:
«Цифровой Казахстан:
тренды и перспективы»
29 ноября, 2019**

**THE MATERIALS
of International scientific-practical conference
dedicated to the Day of the First President and the 10th
anniversary of the International Information Technologies
University: “Digital Kazakhstan: trends and perspective”
November 29th, 2019**

Алматы - 2019

УДК 331:004(083.41)(470+571)
ББК 65.051
Ц57

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель: Ускенбаева Р.К., доктор технических наук, профессор,
ректор Международного университета информационных технологий

Заместители председателя:

Умаров Т. Ф., Ph.D, проректор по академической и воспитательной деятельности
Дайнеко Е. А., Ph.D, проректор по научной и международной деятельности
Кальпеева Ж.Б, Ph.D, директор Департамента науки
Мукажанов Н.К, Ph.D, декан факультета ИС
Ниязгулова А.А., Ph.D, зав. кафедрой Медиакоммуникаций и истории Казахстана МУИТ

ЧЛЕНЫ ОРГКОМИТЕТА

Мельдибекова З.А., к.и.н., ассоц. профессор кафедры МиИК
Доскожанова А.Б., ассистент-профессор кафедры МиИК
Туллубеков А.С, ассоц. проф. кафедры МиИК
Абнасыров Д.Ж., магистр философии, лектор кафедры МиИК
Шаядилов А., специалист
Диханбаев Д., сениор-лектор кафедры МиИК
Нурмуханбетова Г.А., к.б.н., ассоц. профессор кафедры МиИК
Ашенова С.В., к.п.н., сениор-лектор кафедры МиИК
Велитченко С.Н, к.ф.н., ассоц проф. кафедры МиИК
Калиаждарова Ш.И., сениор-лектор кафедры МиИК
Кыдырбекулы Д, профессор кафедры МиИК
Бейсенкулов А.А., к.ф.н, ассистент-профессор кафедры МиИК
Шорохов Д.П., к.ф.н, ассистент-профессор кафедры МиИК
Бегалинов А.С., к.филос.н., сениор-лектор кафедры МиИК
Сейтжанова Ж.Д, к.ф.н., ассистент-профессор кафедры МиИК
Малгождарова М, Ph.D, ассистент-профессор кафедры МиИК
Бек Али, Ph.D, ассоц. профессор кафедры МиИК
Доскожина Ж.М., ассистент профессор. кафедры МиИК
Аделеке У., сениор-лектор кафедры МиИК
Токарчук П.Н, ассоц. проф. кафедры МиИК
Малбаков Д., сениор-лектор кафедры МиИК
Рахимбеков К, лектор кафедры МиИК
Иматова Б, лектор кафедры МиИК
Аргынбаева Н, администратор
Искаков А, специалист

Ц57 Тұңғыш Президент күні мен Халықаралық Ақпараттық Технологиялар Университетіне 10 жылдығына арналған «**Цифрлық Қазақстан: трендтер мен перспективалары**» атты Халықаралық ғылыми-теориялық конференцияның МАТЕРИАЛДАРЫ.— Алматы, 2019, 29 қараша. – 249 бет.

ISBN 978-5-7598-1929-3

УДК 331:004(083.41)(470+571)
ББК 65.051

ISBN 978-5-7598-1929-3

© Халықаралық ақпараттық технологиялар
университеті, 2020.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ

| | |
|---|----|
| McGhie T., Jolamanova B.Zh. DEVELOPING AN EPP PROGRAM FOR TRAINING E-JOURNALISTS: LEARNING WITH DIGITAL MEDIA..... | 7 |
| Жижимов В.В., Амиржанов У.Т. ЦИФРОВОЙ КАЗАХСТАН: ТЕРМИНОЛОГИЯ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ..... | 11 |
| Nurmukhanbetova G.A. FROM DIGITAL TECHNOLOGIES TO DIGITAL NOMADS: NEW OPPORTUNITIES FOR PROFESSIONALS | 15 |
| Tuleubekov A.S., Doskozhanova A.B. THE ART OF MANAGEMENT IN AL-FARABI'S "TREATISE ON THE VIEWS OF THE RESIDENTS OF A VIRTUOUS CITY" | 21 |
| Yerzhan B.K. DIGITALIZATION: HOW IT HAPPENS IN SINGAPORE | 23 |
| Ашенова С.В. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И «СВОБОДА СЛОВА» – ЖУРНАЛИСТСКИЙ АСПЕКТ | 26 |
| Имярова З. ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ | 30 |
| Кыдырбекулы Д.Б. КАЗАХСТАН НА ПУТИ ЭВОЛЮЦИОННЫХ ПЕРЕМЕН | 33 |
| Велитченко С.Н. ПРОБЛЕМЫ СТАНДАРТИЗАЦИИ ТЕКСТОВ В НОВЫХ МЕДИА | 35 |
| Камысбаев М.К. ИНТЕГРАЦИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ – ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА | 39 |
| Кыдырбекулы Д.Б. ЗНАЧЕНИЕ РАБОТ АЛЬ-ФАРАБИ В УСЛОВИЯХ ИСЛАМОФОБИИ..... | 43 |
| Кифик Н.Ю., Бежина В.В., Бекмагамбетов Р.К. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ПО УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ В КОСТАНАЙСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ ПЕДАГОГИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИМ. У СУЛТАНГАЗИНА | 47 |
| Сейдалиев Ш.А., Куракбаев А.Д. РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ..... | 50 |
| Askarov D.T., Omarova A.Sh., Ananyev T.V. POLITICAL ECONOMY OF THE DIGITALIZATION IN KAZAKHSTAN..... | 56 |
| Нураыхынова А.С. НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ НОВОЙ ОТРАСЛИ ПРИКЛАДНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ – КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В КАЗАХСТАНЕ | 62 |
| Малгаждарова М.К. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ОПОВЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПРИ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ..... | 64 |
| Zholdubayeva A.K., Doskhozina Zh.M., HISTORICAL AND CULTURAL FOUNDATIONS OF EDUCATION: BRIEF ANALYSIS..... | 67 |
| Бейсенкулов А.А., ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ РОЛЬ ЖУРНАЛИСТОВ | 73 |
| Мельдибекова З.А., ШЁЛКОВЫЙ ПУТЬ И СОВРЕМЕННОСТЬ..... | 80 |
| Қалиаждарова Ш.Ы. ТЕЛЕХАБАР МЕН КӨРЕРМЕН АРАСЫНДАҒЫ КЕРІ БАЙЛАНЫС ФЕНОМЕНІ..... | 85 |
| Тулеубекова А.С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛОГОПЕДИЧЕСКОЙ РАБОТЕ | 92 |
| Аманова Ж. Ж. ҚАЗАҚ ТІЛІН ҮЙРЕТУДЕГІ ТОПТЫҚ ЖҰМЫСТАР | 94 |
| Аманова Ж. Ж. ТІЛДІ МАМАНДЫҚҚА ҚАТЫСТЫ МЕНГЕРТУДІҢ ҚАЖЕТТІЛІГІ..... | 97 |
| Мырзакулова Г. С., МЕМЛЕКЕТТІК ТІЛ – ЕЛ БІРЛІГІНІҢ БАСТАУЫ..... | 99 |

| | |
|--|------------|
| Мырзакулова Г. С. ТӘРБИЕМЕН ОҚЫТУДЫҢ БІРТҰТАСТЫҒЫ | 102 |
|--|------------|

СЕКЦИЯ 2:

ERASMUS+: «KAZAKH UNIVERSITIES TO FOSTER QUALITY ASSURANCE PROCESSES IN TECHNOLOGY ENHANCED LEARNING»

| | |
|--|------------|
| Закирова Г.Д., Ниязгулова А.А., ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ | 105 |
| Саликова Н.С. К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТЯХ И КАЧЕСТВЕ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ: ИЗ ОПЫТА ПРОЕКТА ERASMUS+ «KUTEL» | 107 |
| Кыдырмина Н.А., Яновская О.А. ERASMUS + ЖОБАЛАРЫНДА АРТА ҚАТЫСУЫ | 112 |
| Kifik N.Yu., Bezhina V.V., Bekmagambetov R.K., THE PROCESS OF INFORMATION COMPILING FOR THE JOINT LECTURING (“KUTEL” INTERNATIONAL ERASMUS+ PROJECT) | 114 |
| Кирик Н.Ю., Бежина В.В., Бекмагамбетов Р.К., РЕАЛИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРОЕКТА «KUTEL» НА ПРИМЕРЕ КОСТАНАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. У. СУЛТАНГАЗИНА | 116 |

СЕКЦИЯ 3: МОЛОДОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ: ЦИФРОВАЯ СФЕРА НАУКИ И БИЗНЕСА

| | |
|--|------------|
| Abat K.K., SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS CONCERN ME TOO: GENDER EQUALITY – UTOPIA OR REALITY? | 121 |
| Kurbanay Zh., Zhursinaliyeva T., DIGITALIZATION OF EDUCATION: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES | 123 |
| Kambar B., Arinova M., ICT IN SMART TRANSPORTATION AND LOGISTICS SYSTEMS | 126 |
| Асылбек Ә., МАССМЕДИА ЖӘНЕ АДАМНЫҢ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖАҒДАЙЫ: ҚАУІПСІЗДІКТЕН ТАЗА ТАБИҒАТҚА ҚОЛ ЖЕТКІЗУ | 130 |
| Baitorbay M., Kassenov Zh., Kurmangaziyeva A., ICT AND ENVIRONMENT: MONITORING OF AIR, OCEAN POLLUTION, AND FOREST FIRE | 136 |
| Otemaliyeva A.K., HOW EVERYTHING SEEKS FOR SUSTAINABILITY: CLIMATE CHANGE | 138 |
| Zhumagulova D., DIGITALIZATION AND ITS INFLUENCE ON SOCIETY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN | 140 |
| Рамазанова А., Еркайрат А., МЕСТО САТИРЫ СРЕДИ «ФАЛЫШИВЫХ НОВОСТЕЙ»; ХАРАКТЕРИСТИКА И РАЗЛИЧИЯ | 142 |
| Дуйсен А., РОЛЬ ИНФОРМАТИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В КАЗАХСТАНЕ | 146 |
| Шайдозимова А., ЖУРНАЛИСТИКА КАЗАХСТАНА В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ НОВОСТНОГО ОНЛАЙН-ПОРТАЛА NOLA NEWS | 147 |
| Касимова М., МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ | 150 |
| Байбосынова А., ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА В КОНТЕКСТЕ КОНВЕРГЕНТНОСТИ | 154 |
| Зангар Е., ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ | 159 |
| Жанабаева Л., АНАЛИЗ РАБОТЫ АЛЬ-ФАРАБИ «ТРАКТАТ | |

| | |
|---|-----|
| О ВЗГЛЯДАХ ЖИТЕЛЕЙ ДОБРОДЕТЕЛЬНОГО ГОРОДА» | 161 |
| Исаева Д., МОГУТ ЛИ ИГРОВЫЕ ФОРМАТЫ СЧИТАТЬСЯ ЖАНРОМ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ | 163 |
| Каниева Н., ОТ ТРАДИЦИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ К МУЛЬТИМЕДИА | 166 |
| Лысенко Н.В. ЦИФРОВОЙ КАЗАХСТАН, КАК ПРОЦЕСС ГЛОБАЛИЗАЦИИ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА..... | 172 |
| Шайкенов А.А., СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЯ В КАЗАХСТАНЕ | 176 |
| Прохорова Н., ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНЦИИ КОММУНИКАЦИЙ | 179 |
| Кусаинова А. ФАКТЧЕКИНГ В ЦИФРОВЫХ СМИ | 182 |
| Задирако В. М., МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ | 186 |
| Нурлан М.Г., СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ МЕДИА-КОНТЕНТА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ | 188 |
| Аманжолова Ж.Р., Молдагулова А.Н., Жаксыгулова Д.Д. ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МЕДИЦИНЕ: РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ | 193 |
| Алтаева З.А., Алимжанова Л.М., ПРОБЛЕМЫ СТРУКТУРИЗАЦИИ ДАННЫХ ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ | 196 |
| Темирбаев А.Р. БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ | 200 |
| Рахимгалиев О.А., Ошаев Ш.Қ., ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ МЕМЛЕКЕТТІК ЖӘНЕ ЖЕКЕ ҰЙЫМДАРЫНДА DLP-ЖҮЙЕСІН ҚОЛДАНУ АРҚЫЛЫ АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІКТІ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ | 203 |
| Жумабек А., ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС..... | 207 |
| Жабыкбай Д., ЦИФРОВИЗАЦИЯ В БИЗНЕСЕ..... | 209 |
| Жумабек Ж.Ж., МАРКЕТИНГ В МЕЖДУНАРОДНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ОСОБЕННОСТИ, ВОЗМОЖНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ..... | 212 |
| Бекбаева А., РОЛЬ МЕДИА В ФИЛОСОФИИ ЯЗЫКА | 215 |
| Жамшитбекова А., AL-FARABI AND HIS PHILOSOPHICAL HERITAGE | 218 |
| Карткожа Ш.К., ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ | 219 |
| Метеркулов А.И., ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ РОСТА И ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ | 222 |
| Les N., RISE OF DIGITALIZATION IN BUSINESS SPHERE | 226 |
| Нурлан Н., СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА: мультимедиа, кросс-МЕДИА, ТРАНСМЕДИА – В ЧЕМ РАЗНИЦА | 229 |
| Мацюк Д.А. ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК ДУХОВНО-ЦЕННОСТНЫЙ ПРИНЦИП СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ..... | 235 |
| Шуматов Э.Г., Шуматова М.М. БІРЕГЕЙЛІК – ҰЛТТЫҚ САНА КӨРІНІСІ РЕТІНДЕ..... | 240 |
| Иставлетова А.Б. РОЛЬ СМИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ..... | 244 |



СЕКЦИЯ 1.
**МОДЕРНИЗАЦИЯ
ОБЩЕСТВЕННОГО
СОЗНАНИЯ
В КОНТЕКСТЕ
ЦИФРОВИЗАЦИИ**

T. McGhie

IITU, Senior Lecturer, Master of Arts, English Language

B. Jolamanova,

IITU, Associate Professor, Candidate of Philological Sciences

DEVELOPING AN EPP PROGRAM FOR TRAINING E-JOURNALISTS: LEARNING WITH DIGITAL MEDIA

Developing IITU's tertiary level EPP program for students majoring in E-Journalism presents opportunities for embracing digitalisation through content, pedagogy and technology as conceived in the TPACK framework. Digitalisation is enshrined through the inventory of tools at the English language teachers' disposal (CALL), professionally-oriented vocabulary and texts for future e-journalists, and hands-on activities that immerse students in real-life uses of professional English in digital contexts.

Key words: e-journalism, EPP, curriculum design, digitalization, tertiary education

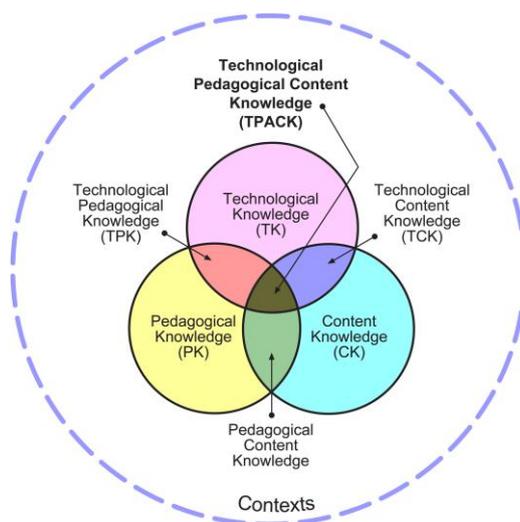
The technological boom, especially in the sphere of ICT has made digitalisation a necessary prerequisite and priority for the development of Kazakhstan's national economy. The focus on digitalisation is dramatically changing the educational landscape of Kazakhstan, a fact evidenced by the increasing number of tertiary institutions that specialise in training IT specialists. Since its inception, IITU has become a leading IT university in Central Asia by going to great lengths to bring its academic practices in line with the emerging market needs. This success springs from a strategic approach to curricula design through the involvement of industry experts and by training specialists in a broad range of related fields within the IT sphere, including IT in Finance, Management in IT and E-Journalism.

The emergence of digitalisation as a fundamental trend in tertiary education has given rise to a new challenge for academic departments delivering training in these kinds of 'inter-sectional' majors. This article focuses on innovative ways of meeting this challenge in the organisation of the EFL teaching and learning, specifically in the case of the English for Professional Purposes (EPP) program for e-journalists. The efforts of the English Department to ensure effective teaching, professional orientation and digitalisation of the program can be framed in terms of Technological Pedagogical and Content Knowledge (TPACK) (Mishra & Koehler: 2006). The development of the course has drawn upon this conceptual framework, illustrated in Figure 1, in a number of ways, that can benefit both the student and the teacher.

The course materials and their mode of delivery in class have been specifically designed with different kinds of knowledge in mind, namely:

- the use of Computer Assisted Language Learning (CALL), including wikis and applications such as Kahoot, Quizlet, Socrative and Padlet. This represents putting into action knowledge of the pedagogically effective ways of using technology in the classroom (TPK).
- the course content, in the form of a semantic-thematic (i.e. topical) arrangement of instructional materials in the Terminological Minimum for e-journalists, and a professionally oriented manual for teaching English to e-journalists. The course materials bring together pedagogical and content knowledge (PCK) through careful vocabulary and text selection, and activities to foster student uptake.
- hands-on activities that result in E-Journalism students using English in real-life digital contexts that anticipate their future professional activities. These activities encompass pedagogical, content and technological knowledge (TPACK).

Figure 1: The confluence of different forms of knowledge in designing uses of ICT in teaching (Kurt, 2018)



The following two sections will take a closer look at the design of the two components of the (EPP) program for e-journalists: *Terminological Minimum for students majoring in E-Journalism* and *English for Professional Purposes: E-Journalism*.

Terminological Minimum (TM)

The teaching materials have been developed by the IITU Department of Languages to make up for the dearth of professionally-oriented teaching materials tailored to our educational setting. This process began with the compilation of essential terms for working in the industry. The vocabulary presented in the TM has been selected in accordance with such generally acknowledged principles as frequency of use, thematic relevance and semantic value, stylistic neutrality, combinability and word-formation potential. It comprises three modules, ‘Products’, ‘Processes’ and ‘Latest trends’, each consisting of 40 terms with information on their definition and usage, 15 language and speech activities for their acquisition and a test. The lists of chosen major-specific terms have been reviewed and approved by E-Journalism Department specialists. Digital terms quite logically constitute about half of the last module, ‘Latest trends’, facilitating the internalisation of concepts related to the use of cyberspace in modern journalism, such as legacy media, social media and rich media, types of advertising (contextual advertising, bait advertising, etc.), crowdsourcing, e-zine, CMS (content-management software), cyber-dissident, click-through rate, metadata, mojo, go viral and so on.

The e-journalism major-specific terms are activated in the TM through a series of language and speech exercises, exemplified as follows:

Multiple Choice Questions:

| |
|---|
| An on-site TV report or interview, as compared to in-studio is called a stand-____. a) first b) up c) by d) in |
| CPC and CPA differ mostly by the ___ of the objects counted. a) nature b) number c) size d) length |
| User- ____ content is a most remarkable feature of social media. a) heavy b) worthy c) minded d) generated |
| This is a terrific design-___ application. a) heavy b) worthy c) minded d) generated |

Tasks focusing on logical relations between concepts:

What is the logical relationship between ‘crowd-sourcing’ and ‘fundraising’?
a) general and specific b) cause and effect c) contrast d) method and purpose e) part and whole
f) equivalence

Examples of computer-related speech activities:

Say what the following is used for: bait advertising crowdsourcing rich media CMS

Compare the advantages and disadvantages of social and legacy media.

Explain the difference between: webcast - podcast – broadcast- vodcast

Enumerate the e-journalism opportunities today and make predictions for the future.

Analyse a popular civic media site in terms of its merits and demerits. Make suggestions as to its improvement.

Devise your own crowd-sourcing campaign.

English for Professional Purposes: E-Journalism

The Department of Languages at IITU has been developing a series of EPP manuals to provide a rich grounding in the required use of English for practising IT students across the specialties offered at IITU. *English for Professional Purposes: E-Journalism* is particularly relevant in relation to the core purpose of this conference, as training e-journalists recognises the shift of an entire industry into the digital realm. With this in mind, the design of these study materials was imbued from the outset with a commitment both to content from digital contexts, and teaching practices that promote active engagement with digital tools used in E-Journalism. Each of the eight sections of the manual consists of a central text to be read after a series of lead-in activities, including a warmer, listening and viewing, vocabulary for comprehension and text prediction. After reading, students are guided towards higher order thinking through Bloom’s (1956) taxonomy of learning objectives via comprehension, reproduction and production activities, before culminating in an evaluative or creative case study task.

Figure 2 lists the texts selected for the manual alongside with their associated case studies. Texts 2, 4, 6 and 8 require students to use digital tools in a creative task, thereby promoting the use of English in a productive professional context. Texts 1, 3, 5 and 7 culminate in the case study activities that are designed to ensure that students engage with digital content in a way that promotes critical thinking about the realities of the industry.

Figure 2: An overview of text topics and case study activities from *English for Professional Purposes: E-Journalism*

| Text Topic | Case Study Activity |
|---|---|
| 1. Advantages and Disadvantages of Online Publishing | Critically assess the strengths and weaknesses of an online publication of your choice. |
| 2. Key Skills for Digital Journalists | Trace the history of an image online. |
| 3. The top 10 tools for E-Journalism in 2018 | Evaluate three online tools according to given criteria. |
| 4. 7 Strategies to Build a Career in Online Journalism | Create your own online portfolio of journalistic work. |

| | |
|--|--|
| 5. Best Practices for Web Writing | Rate the content of an online article according to given criteria |
| 6. How to create GIFs for use in journalism | Create a GIF for an online article and present your justifications for media choices to the group. |
| 7. Social Media as News Sources | Find a Facebook Instant Article and a traditional news article on the same topic. Create a mind map to point out similarities and differences. |
| 8. Cyber Security: Is Skype Safe? | Working as a group, use a wiki to create a timeline that tracks a single news story over a period of time. |

The TPACK typology is particularly pertinent in the context of E-Journalism, because the very same technological applications that students learn as content, can also be used as pedagogical tools. This is exemplified by text 3, ‘The top 10 tools for E-Journalism in 2018’, in which the content involves reading comprehension about online productivity tools used by working e-journalists. For the case study task, students take a selection of the recommended tools and evaluate them according to the criteria of ‘ease-of-use’, ‘appearance’ and ‘problems or difficulties’. By immersing students in using and analysing the online tools from the text, the teacher is drawing upon: technological knowledge (TK), in the awareness of the tools and how to use them; pedagogical knowledge (PK), in using experiential applications of knowledge to encourage higher order critical thinking; and content knowledge (CK), in the form of the target vocabulary and use in professional contexts (Koh & Chai, 2016). The benefits of this approach are two-fold, as students work towards the ultimate goal of using the target language in an authentic professional context, while teachers improve their application of TPACK for future ICT lesson planning.

The primary objective of developing these materials is to give students the fundamental grounding they need in the professional use of English in e-journalism. However, the example above alludes to an additional benefit from making digital media intrinsic to the outcome of each textual unit, one that hinges on shaping the pedagogical beliefs of English teachers. Ertmer (2005) demonstrates, somewhat counterintuitively, that beliefs about teaching methods emerge from practice. Therefore, following Heitink et al (2016), by bringing materials into the syllabus that require the practical use of digital technologies, teachers are encouraged to reevaluate their own relationship with digitalisation. The ideal net effect will be the positive uptake of digital trends by teachers across their teaching practices in the English Language Department, with a great knock on effects for the students of IITU.

CONCLUSION

This article briefly digests the ongoing development of the EPP program for e-journalists. Digitalisation pervades throughout this process; from the kinds of knowledge enlisted, which is neatly unpacked by the TPACK framework; to the student experience of the professionally oriented content, through engagement with digital media and practices.

To further improve the quality of EFL teaching to students of different technical profiles, the IITU Department of Languages will persist in:

- 1) expanding the range of digital tools used in the teaching process through:
 - soliciting greater availability of hardware needed for a wider use of CALL;
 - organization of in-service teacher training opportunities for mastering new software applications;
- 2) fine-tuning of the already developed teaching materials and developing new ones to tailor the EPP program to the students’ professional and personal interests and needs.

REFERENCES

- Bloom, B. (1956). Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. Handbook 1, Cognitive domain / by a Committee of College and University Examiners; Benjamin S. Bloom, editor ... [et al]. New York: [London].
- Ertmer, P. A. (2005). Teacher pedagogical beliefs: The final frontier in our quest for technology integration? *Educational Technology Research and Development*, 53(4), 25–39.
- Heitink, M. et al. (2016) 'Teachers' professional reasoning about their pedagogical use of technology', *Computers & Education*. Elsevier Ltd, 101, pp. 70–83. doi: 10.1016/j.compedu.2016.05.009.
- Kurt, S. (2018) 'TPACK: Technological Pedagogical Content Knowledge Framework' in *Educational Technology*. [Online] Available at: <https://educationaltechnology.net/technological-pedagogical-content-knowledge-tpack-framework/> (Accessed on 27/11/19)
- Koh, J. H. L. and Chai, C. S. (2016) 'Seven design frames that teachers use when considering technological pedagogical content knowledge (TPACK)', *Computers & Education*. Elsevier Ltd, 102, pp. 244–257. doi: 10.1016/j.compedu.2016.09.003.
- Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological pedagogical content knowledge: A framework for integrating technology in teachers' knowledge. *Teachers College Record*, 108 (6), 1017–1054

В.В. Жижимов

доцент Академии КНБ РК

У.Т. Амиржанов

заместитель начальника кафедры Академии КНБ РК

ЦИФРОВОЙ КАЗАХСТАН: ТЕРМИНОЛОГИЯ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы актуальности защиты электронных информационных ресурсов в условиях цифровизации экономики, а также терминология кибербезопасности. Предложено новое определение термину «киберпространство», необходимое для понимания основ кибербезопасности и отсутствующее в национальном законодательстве Республики Казахстан.

Ключевые слова: цифровизация, информационно-коммуникационные технологии, электронные информационные ресурсы, термин, определение, кибербезопасность, киберзащита, киберпространство.

Современные информационные технологии находят применение во всех сферах деятельности общества и предоставляют широкие возможности для улучшения всех аспектов жизнедеятельности человека. Высокие темпы развития информационных технологий свидетельствуют о поступательном движении общества к развитию и самосовершенствованию.

Первый Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев в своем Послании народу Казахстана от 31 января 2017 года поставил задачу по реализации Третьей модернизации, отметил необходимость культивирования новых индустрий, создаваемых с применением цифровых технологий, и что «важно обеспечить развитие коммуникаций, повсеместный доступ к оптоволоконной инфраструктуре. Развитие цифровой индустрии обеспечит импульс всем другим отраслям» [1].

В соответствии с Государственной программой [2] задачами построения Цифрового Казахстана на современном этапе являются:

- цифровизация отраслей экономики (промышленности, энергетики, транспорта, сельского хозяйства, электронной торговли, финансовых технологий и безналичных

платежей);

- цифровизация деятельности государственных органов;
- развитие цифровой инфраструктуры;
- повышение цифровой грамотности населения и в образовании;
- обеспечение информационной безопасности.

В процессе информатизации государственных органов были созданы инфраструктура и информационные системы «Электронного Правительства» Республики Казахстан. В электронную форму переведены государственные услуги и сервисы, объем предоставления которых на веб-портале ежегодно увеличивается, растет и количество зарегистрированных пользователей.

Профильная деятельность государственных органов автоматизируется - однако, до сих пор есть сферы деятельности, недостаточно охваченные информатизацией. Появление новых технологий дает возможность предоставлять услуги более высокого качества, чем те, которые реализованы на текущий момент. Например, использование технологий больших данных может привести к принципиально новому подходу к анализу потребностей населения, и, как следствие, повышению качества обслуживания [2, п.3.2]. С другой стороны, это создает проблемы, связанные с освоением новых информационно-коммуникационных технологий и безопасностью электронных информационных ресурсов.

Личность, общество и государство порой подвергаются воздействию киберпреступников, занимающихся шпионажем, хищением данных из государственных или частных информационных систем, препятствующих их нормальной работе. При внедрении информационно-коммуникационных технологий существуют риски несанкционированного доступа к электронным информационным ресурсам.

В последние годы происходит резкий рост угроз информационной безопасности, направленных как на государственные информационные системы, так и на банковский и промышленный сектора. По данным аналитического отчета "Global Data Protection Index" компании EMC объемы потерянных данных по всему миру с 2012 года выросли на 400%. Общий объем потерянных данных составил в среднем 2,36 терабайт. Внеплановые простои и потери данных обходятся организациям по всему миру ежегодно более чем в 1,45 млрд. долларов США [2, п.3.3].

Основные направления реализации Государственной политики в сфере защиты электронных информационных ресурсов, информационных систем и сетей телекоммуникаций, а также обеспечения безопасного использования информационно-коммуникационных технологий, определяются Концепцией кибербезопасности - «Киберщит Казахстана» [3], разработанной по поручению Первого Президента Республики Казахстан Н.А.Назарбаева. В Концепции нашли отражение основные проблемы кибербезопасности в сфере использования информационно-коммуникационных технологий, а также меры по их решению.

Несмотря на наличие международных стандартов (ISO/IEC 27000), регламентирующих вопросы управления информационной безопасностью, термин "кибербезопасность" не имеет единого общепризнанного определения, в разных странах национальное понимание кибербезопасности значительно различается. Как следствие, различается и терминология в области кибербезопасности.

В Концепции «Киберщит Казахстана» изложен международный опыт и различные подходы к пониманию кибербезопасности. В целом, в Республике Казахстан организационно-правовые и технические основы системы мер по обеспечению информационной безопасности в области информатизации и связи (кибербезопасности) формировались и законодательно закреплялись как составляющие информационной безопасности и обеспечения безопасности информационного пространства и инфраструктуры связи в соответствии с Законом Республики Казахстан «О национальной

безопасности» [3, п.2].

В Республике Казахстан под кибербезопасностью понимается состояние защищенности информации в электронной форме и среды ее обработки, хранения, передачи (электронных информационных ресурсов, информационных систем и информационно-коммуникационной инфраструктуры) от внешних и внутренних угроз, то есть информационная безопасность в сфере информатизации [3, п.1].

В тоже время, на уровне ООН имеется ряд документов, таких как Глобальная программа кибербезопасности Международного союза электросвязи или Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН "Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур", в которых содержатся подходы к пониманию кибербезопасности, охватывающие сферу безопасного использования информационно-коммуникационных технологий и защиту от вредоносного воздействия программно-техническими методами [3, п.3].

Такие распространенные угрозы кибербезопасности как атаки социального инжиниринга, эпидемии компьютерных вирусов, внедрение шпионских программ и действие прочих нежелательных программных кодов являются также и угрозами информационной безопасности (угрозы безопасному, стабильному распространению информации и функционированию глобальных национальных информационных инфраструктур), которые требуют принятия скоординированных и комплексных мер, осуществляемых как на национальном, так и на межгосударственном уровне.

В этих условиях особое значение приобретает развитие партнерского взаимодействия координация усилий в данной сфере. Республикой Казахстан уже достигнуты договоренности в области информационной безопасности в рамках Содружества Независимых Государств, Организации Договора о коллективной безопасности, Шанхайской организации сотрудничества, включая перечень основных понятий в области обеспечения международной информационной безопасности [4]. Одним из важных моментов достигнутых договоренностей является совершенствование правовых подходов в области информационной безопасности. Большую роль в этом играет выбор применяемых терминов, их легитимное толкование и применение в различных нормативных правовых актах.

Ряд авторов в своих научных работах [5, 6] отмечают проблемы терминологического многообразия и слабой определенности понятийного аппарата в сфере кибербезопасности. Некоторые заимствованные термины применяются в нормативных правовых актах без определений (например, киберзащита, киберпространство), следовательно, проблема определения данных терминов является актуальной, необходимо выработать единые определения для того, чтобы избежать двусмысленности или неопределенности при их использовании.

В данном случае термин «киберзащита информации» соотносится с термином «Защита информации или электронных информационных ресурсов и информационных систем», определенным в Концепции кибербезопасности как «комплекс физических, технических, программных, криптографических и административных мер, направленных на обеспечение информационной безопасности» [3, п.1]. А термин «киберпространство» соотносится с существующим термином «информационное пространство», определенным в Законе РК «О национальной безопасности Республики Казахстан» как – «сфера деятельности, связанная с формированием, созданием, преобразованием, обработкой, передачей, использованием, хранением информации, оказывающая воздействие в том числе на индивидуальное и общественное сознание, информационную инфраструктуру и собственно информацию» [7, ст.1], но не имеет определения в национальном законодательстве.

Таким образом, «киберпространство» можно рассматривать как информационное пространство в сфере информатизации. Используя понятийный аппарат Закона

Республики Казахстан «Об информатизации» [8], предлагается новое определение: киберпространство - сфера деятельности в информационном пространстве, образованная совокупностью процессов взаимодействия субъектов информатизации и электронных информационных ресурсов посредством информационно-коммуникационных технологий.

В заключении отметим, что обеспечение информационной (кибер) безопасности является важным условием эффективной реализации мероприятий по цифровизации экономики Республики Казахстан. Благодаря совместной работе государственных органов, неправительственных организаций и бизнеса по реализации Концепции «Киберщит Казахстана» закладывается фундамент для дальнейшего развития сферы информационной (кибер) безопасности. Так, согласно отчету Международного союза электросвязи (ITU), Казахстан занял 40 место в Глобальном индексе кибербезопасности 2018/2019, поднявшись на 42 пункта по сравнению с прошлогодним рейтингом (82 место). Тем самым страна вошла в список стран с высоким уровнем готовности противостоять угрозам, которые исходят от киберпространства [9].

Список литературы

Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 31 января 2017 года «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность»;

Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827 Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан»;

Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 407 Об утверждении Концепции кибербезопасности («Киберщит Казахстана»);

Закон Республики Казахстан от 1 июня 2010 года № 286-IV «О ратификации Соглашения между правительствами государств-членов Шанхайской организации сотрудничества о сотрудничестве в области обеспечения международной информационной безопасности».

Татарина Л.Ф. Соотношение понятий «информационная безопасность», «защита информации» и «кибербезопасность», «киберзащита» по законодательству Республики Казахстан. – Алматы, Вестник КазНУ, 2013г. // URL: <https://articlekz.com/article/15106>;

Добринская Д.Е. Киберпространство: территория современной жизни. Вестник Московского Университета. Сер.18. Социология и политология. 2018. Т.24.№1, с52-67 // URL: <https://vestnik.socio.msu.ru/jour/article/view/363>;

Закон Республики Казахстан от 6 января 2012 года № 527-IV «О национальной безопасности Республики Казахстан»;

Закон Республики Казахстан от 24 ноября 2015 года № 418-V «Об информатизации»;

Министерство цифрового развития, оборонной и аэрокосмической промышленности: [сайт]. URL: <http://mdai.gov.kz.ru/news/kazahstan-podnyalsya-na-42-pozicii-v-reytinge-kiberbezopasnosti>.

G.A. Nurmukhanbetova
associate professor of IITU

FROM DIGITAL TECHNOLOGIES TO DIGITAL NOMADS: NEW OPPORTUNITIES FOR PROFESSIONALS

Abstract: The article analyzes the impact of the development of digital technologies on the state of world labor market. According to experts, new technologies will be able to destroy many jobs, but also create new ones. The paper also specifies the legal and institutional prerequisites for the education system and professional activities in remote work pattern. So, the Labor Code of the Republic of Kazakhstan in 2015 has already been supplemented by a new chapter on teleworking.

Key words: Digital Kazakhstan 2020, digital technologies, digital nomads, teleworking, generation X (millennial), generation Y (digital), remote professions, teleworking legislation.

"The purpose of the "Digital Kazakhstan 2020" program is to increase the competitiveness of the sectors of the economy and quality of life with the active introduction of digital technologies. As for the key performance indicators of this program, having enough resources, with proper management of the program, the implementation of the right projects, it is planned to increase the share of IT-sector by 5% in the GDP, increase jobs in the IT-sector, productivity growth - 37% and increasing the digital literacy of the population by 85%" [1]. The program will be the driver and impetus for the achievement of all goals of Kazakhstan in the framework of the Strategy of "Kazakhstan 2050", Plan of nation "100 concrete steps", "Nurly Zhol" state program and sectoral programs.

Digitalization is significantly ahead of the existing system of production requirements to the composition of occupations engaged in the labor market. Introduction of the "Digital Kazakhstan 2020" program will create additional 150 thousand jobs in the IT-sector. The digital economy requires the population to have digital skills that allow the use of its fruits. Currently, the level of computer (digital) literacy of the kazakhstani population is 76.2%. But in order to achieve the goals, it is necessary to improve it not only in quantitative, but also in qualitative terms. In preparing specialists for the digital economy, it is necessary to focus primarily on skills in analyzing information and developing creativity of thinking, rather than on memorizing facts and formulas. To develop technical and professional, higher and postgraduate education in order to bring industry and education closer together, measures are envisaged to create ICT departments of universities at enterprises, as well as competence centers on the basis of higher educational institutions of the country. In addition to achieving economic benefits and increasing competitiveness, digitalization will have a positive impact on social spheres. The effect of the qualitative development of education, health and the investment environment will be noticeable in the long term and will help to narrow the socio-economic gap with the developed countries [2].

A study of the McKinsey Global Institute has shown that by 2030, about 800 million workers worldwide may lose their jobs as a result of automation; this is more than one fifth of today's labor force [3]. There were analyzed 46 countries and more than 800 professions, and this trend will affect both developed and developing countries. Machine operators, fast-food workers and back-office employees are among those who will be most affected if automation quickly spreads. Even if the spread of robots is less rapid, about 400 million people may be left without work as a result of automation and they will need to find new jobs over the next 13 years.

The good news for those who are replaced by robots, that they will be able to take up other jobs, although in many cases they will have to learn new skills. The head of the World Bank, Jim Yong Kim, said that politicians should take action by investing in education and health [3]. According to Kim, investment in human capital, for example, in education, will be important for future economic growth, since robots crowd out millions of low-skilled workers. "The only thing

that is known for certain is that whatever the economy may be in the future, we need people who can learn," - he said in an interview with the BBC.

New technologies will be able to destroy many jobs, but also create new ones. Are we ready for this and are we sufficiently qualified?

The head of the most expensive company in Asia, Jack Ma, claimed that for 19 years, Alibaba Group is planning to create 100 million jobs, which will provide 10 million businesses. At the same time, the total number of the company's clients will be 2 billion, of which about 800 million are Chinese [3]. Many people, referring to the increase in the number of jobs, mean production. But in the modern world, because of new technologies like artificial intelligence, robots, production will never regain this role. The main driver of creating new jobs will be the service industry. Speaking of production, we must stop using the phrases "made in China" or "made in the USA". In the future, this will be "done on the Internet." Small businesses will start to play a significant role; most companies from this niche will become global. Over the past 30 years, about 6% of companies have used the benefits of globalization. And in the next 30 years, at least 60% of small businesses will become global.

It is necessary to pay special attention to the education system. "Everything that we learn according to the old learning pattern, memorizing knowledge, learning to calculate, all these machines succeed better. We have to rebuild the education system. We must train our children to be innovative and creative. In the new world, to achieve success, you will need not only the "old-fashioned" IQ and the "new-fashioned" EQ emotional intelligence, but also LQ - the "coefficient of love," a unique property that distinguishes man from the machine" [4]. These competences are known today as transversal skills that include a combination of practical and theoretical knowledge, cognitive skills, behavior and values used to improve performance; or as the state or quality of being adequately or well qualified, having the ability to perform a specific role. For instance, management competency might include systems thinking and emotional intelligence, and skills in influence and negotiation [5].

In addition, Jack Ma believes that in the future, the most demanded employees will be those who have developed imagination. It is through creative thinking that humanity will ultimately come to solving many contemporary global problems, such as poverty, climate change and disease. At the same time, these problems will be solved not by people who are "over 50" and who are not too inclined to change, but representatives of the younger generation, who, as we know, are driven by the desire to change the world here and now. This idea echoes research related to the theory of generations: X (baby boomers), Y (millennial) Z (digital) [6].

In the period of globalization and the development of information and communication systems, new non-standard forms of employment are emerging, designed to meet the needs of modern society. One of these new flexible forms of employment is "telecommuting", which has already found legislative consolidation in most countries of the world. The definition of the term "teleworking" is found in the legislation of the CIS countries, including Kazakhstan and Russia

Telecommuting, also called telework, teleworking, working from home, mobile work, remote work, and flexible workplace, is a work arrangement in which employees do not commute or travel (e.g. by bus or car) to a central place of work, such as an office building, warehouse, or store. Teleworkers in the 21st century often use mobile telecommunications technology, such as Wi-Fi-equipped laptop or tablet and smartphones to work from coffee shops; others may use a desktop computer and a landline phone at their home. According to a Reuters Polls, approximately "one in five workers around the globe, particularly employees in the Middle East, Latin America and Asia, telecommute frequently, and nearly 10 percent work from home every day". In the 2000s, annual leave or vacation in some organizations was seen as absence from the workplace rather than ceasing work, and some office employees used telework to continue to check work e-mails while on vacation [8].

Compared to the EU countries, the USA and Russia, teleworking in Kazakhstan is poorly regulated at the legislative level. The Labor Code of the Republic of Kazakhstan in 2015 [9]

contains only one article on this issue. A common approach to teleworking in Kazakhstan and Russian legislation is that teleworking refers to work that is carried out outside the employer's location on an ongoing basis. That is, workers do not have the legal ability to combine "stationary" (work at the location of the employer) and teleworking, despite the fact that in practice this combination is very common. On the contrary, in the EU countries and the USA this possibility is legally fixed and the implementation of telework part-time is considered the norm [7].

Thus, we are moving to new opportunities for professionals, namely so called digital nomadism. The main reasons for the emergence of digital nomadism were the exponential growth of the electronic mobile device industry, the further development of the Internet, and the almost universal transition to wireless communications. As a result, already in the early 2000s, many workers and employers realized that they only needed a laptop to work effectively. And in some cases, a single cell phone is enough. And here you can bring this fact: in Japan in 2007, 5 out of 10 bestsellers were created on the phones. Indeed, why spend money on buying or renting offices, when you can contact your employees and customers via Skype? In the case of special need, you can meet with them in "third places" - cafes, libraries, co-working. Such an inexpensive, but effective way of organizing business communications began to spread rapidly, first in megalopolises, and then in other places covered by satellite communications. And when you begin to get acquainted with the phenomenon of digital nomadism in more detail, you realize that in 20 years on a world scale, it has truly become global.

Over the past decades, the world has changed a great deal both technically and socially. Communication of people from real has gradually moved to social networks, chat rooms and blogs, and more and more people spend time in virtual reality, communicate and work online. The online entertainment, computer games and virtual reality careers began to occupy pastime. The actual location of the person has become less important than the ability to access the Internet. Faster than others, the so-called digital nomads adapted to the new way of life.

Tsugio Makimoto and David Manners in their book "Digital nomads", which was one of the first to focus on digital nomadism, give the following definition of digital nomads "... these are people who are not tied to due to the use of Internet technologies and mobile communications" [10].

Digital nomadism as a way of life is becoming more and more attractive among the younger generation. Thousands of people around the world go to work on the Web, combining work with traveling around the world. Nomadism is becoming so popular due to the fact that modern technologies allow you to work remotely, independently build a working day mode. Working online now can be not only a part-time job, but also a primary employment, which allows you to embed work in your life, and not vice versa. However, the digital nomad and anyone who comprehends the basics of working online, have a lot to learn in order to effectively fulfill their professional duties. Naturally, not everyone fits a nomadic lifestyle due to certain personal characteristics. In order to live comfortably and successfully in any professional sphere in the format of digital nomadism, a person must possess certain skills, namely: multilingual; organization; communication skills; project management; skills of artistic creativity; programming [10].

The predisposition of people of the younger generation to the successful development of the listed professional skills is explained by a certain set of inherent qualities of the representatives of generation Y, some of whom became the first nomads. Generation Y is also called "Millennium generation" abroad and "generation Zero" in Russia. According to research conducted in 1991 by American scientists William Strauss and Neil Hove, generation Y includes people born between 1981 and 2000. Now this generation is one of the largest demographic groups, numbering 78 million people in America alone and exceeding generation X in number by 3 times. The external factor that influenced the choice of the representatives of the generation of the nomadic way of life was the unprecedented development of Internet technologies, which

coincided with the time of their active social development. The internal factor in choosing this lifestyle is the innate ambition of the “game” and the desire to do everything in its own way. Working online, an ambitious “generation Y” acquires the right to be a creator of reality, giving reality a sign of orderliness, simplifying it in accordance with his own ideas about what is right and proper.

The generation of new digital nomads, which are replacing “generation Y”, is “generation Z”, which is also called “generation M” (from the word “multitasking”) or “Internet generation”. In American chronology, it is believed that it includes people who were born from 1995 to 2005. However, in Russia, 1991 is considered the starting point for generation Z [9]. Generations Y and Z have a mutual influence on each other, since there are many active Internet users among those and others. They are connected by online communication, which allows both generations to communicate and collaborate in real time, regardless of their actual location.

Representatives of both generations, especially the “generation Z”, can work in the conditions of digital multitasking: simultaneously use several software applications on a computer, smartphone or tablet; work with several tabs in a web browser (documents or folders) on one computer; work on several laptops or monitors at once; quickly communicate with other members of the Y and Z generations through social networks, calls, or emails [10]. The Y and Z generations work remotely from home, coworking centers, cafes, public libraries to perform tasks that were traditionally performed within a fixed workplace. Due to the rapid development of digital technologies over the past 20 years, the generation Y has gained the ability to quickly learn everything new and develop their communication skills [8]. All this allowed digital nomads to become popular in various professional fields. In the field of technology - it is programming, web development, system administration, design and layout. In the field of education, remote training or consultation via Skype or any other program that allows you to communicate online. Digital nomads earn their living by their creativity: they shoot videos, take pictures, draw, and write articles and books. Nomads are also in the field of finance and law. In a word, a digital nomad can do any work that can be done via the Internet, send the result of work by e-mail, post it on a social network. The digital nomadism is a relatively young movement, but it is developing rapidly, and soon the field for the activities of digital nomads will expand, as more and more people come to exactly this kind of work.

Over the past decade, there has been a mass of programs and applications that unite nomads of all ages from all over the world, who work together, travel, live. Thematic sites for digital nomads allow them to share information about the cities in which it is better to stay, about sites where you can buy airline tickets cheaper, and so on. The most important thing that digital nomads value in their chosen lifestyle is freedom, lack of attachment to a certain place, avoiding boring and predictable circumstances of living and working in the same type for many years. Digital nomads create their own world with well-established real and virtual communications; communicate only with those who are really interested in them, avoiding useless interaction with the world. For communication they use popular platforms. For example, for programmers there are such platforms as Google Hangouts, Slack, Skype, Speak and Github, and for calls using Viber, WhatsApp and Talkatone [10].

Like any employee, digital nomads have certain requirements for their workplace and it is worth noting a few basic conditions that affect the quality of remote work. First, of course, is well-chosen workplace. This should be a space with high-speed Internet and a good telephone connection in order to be able to work not only over the Network, but also, if necessary, answer the phone call. All these properties are provided by coworking centers, which are located in cities with a population of over a million, but sometimes cafes where there is good Wi-Fi can be a more optimal solution to the issue in terms of financial costs than renting a workplace in a coworking center. There are even websites that, by the requests put forward, help to find suitable places to work, and sometimes to find options for living together. An example of such a site is the CoPass web resource, which has 543 spaces in 344 cities in 68 countries of the world. In

addition to it, a resource called NomadList is relevant, allowing the user to find the most suitable for traveling and working the city using a filter. The filter meets almost all possible requirements of a nomad: from the desired temperature of the place to the cost of housing and the quality of Internet speed. On the same site there is a forum where nomads share their experience - from the most practical routes of movement, to high-quality and cheap housing. It is worth noting that digital nomads place high demands on technology, because it is of paramount importance in the conditions of remote work, regardless of the professional field. The first thing that a nomad should have with them is a reliable computer, because if there is a problem with the software, an IT specialist or service center may not always be around. As for smartphones, it is necessary to purchase a local SIM-card, since it is much cheaper than using roaming services. For those who are planning to visit more than one country in a short period, an international SIM-card will be an excellent solution, which costs more but will pay for itself during use. The third must of digital nomads is a portable USB charger in case you have to work where there are no sockets, a set of adapters for the equipment used and noise-absorbing headphones that are indispensable when making calls.

Each nomad has his own explanation for such a lifestyle. Someone just cannot sit in the office for a long time, and someone is looking for adventure, travel and new experiences. Of the many blogs of nomads, it was possible to find out the main reasons that became fundamental in choosing nomadism as a way of life: social conditions, freedom, ability to see the world, lesson favorite thing, free work day planning. The fact is that digital nomadism as a way of life allows you to build your life depending on your own desires and preferences, without adjusting to the classic working day, which severely limits human freedom. An employee who is satisfied with his life works more efficiently, which is also the interest of the employer.

What are the main nomadic career opportunities to pursue to ensure becoming a digital nomad is financially viable? The first challenge discussed is usually how to afford to start your initial travels as a digital nomad. The second difficulty that arises is how to minimize any negative impacts on your career while transitioning to a nomadic lifestyle.

The list of professions that can be done remotely and therefore are compatible with the digital nomad lifestyle is getting bigger and bigger every year, which is a definite advantage for everyone that wants to try it out [11].

Professions that can be done remotely:

- Copywriting and writing
- Social media manager
- Affiliate marketing
- Translation
- Illustrating and graphic design
- Programming
- Virtual assistant
- Blogging
- Tour Guide
- Transcribing

What is the role of higher education institutions in the changeable digital world? The university is a community of free creative individuals. People of this kind of warehouse become digital nomads. Especially if they are young and are also digital natives, able to take advantage of all the technical advances of the modern networked information society. They know foreign languages; they have no problems in building intercultural communications. For such people, the orientation towards the highest degree of self-realization is characteristic. They are looking for themselves, looking for new types and places of activity. But they will only do what they are interested in. How to keep them at the university as employees - teachers and researchers? Only by creating new - "nomadic" - conditions for work and life, allowing them, on the one hand, to enjoy traveling, on the other - to be the most efficient workers. But universities, by and large,

have not even begun to think about this topic [12].

Why have universities not yet begun to think this way? Don't they need the best specialists in the world and their "ambassadors" abroad? After all, they could not only advise students, undergraduates and doctoral students, but also conduct full lectures online, give assignments to the audience and evaluate its work. Are there any technical problems that do not allow a high-level online learning and education process? There are no special technical problems here for a long time. There are many programs and applications that allow the teacher to maintain quality two-way communication with their students, even if they are on the other side of the planet.

The problem is quite different - the imperfection of the domestic Labor Code, developed and approved in the pre-digital era. The good news that the Labor Code of the Republic of Kazakhstan in 2015 [9] has already been supplemented by a new chapter on telecommuting: "Remote work is a special form of the labor process outside the employer's location with the use of information and communication technologies in the work process" (paragraph 1 of Article 138 of the Labor Code of the Republic of Kazakhstan). The interest in teleworking is increasing every year from both the employees and the employers. However, one should not forget that remote work requires high self-discipline, personal responsibility of the employee and, accordingly, is not suitable for everyone. In order to avoid conflict situations with employees engaged in remote work, employers are advised to clearly stipulate all the conditions "on the shore" and prescribe them in an employment contract for remote work, which will clearly facilitate tracking the implementation of agreements reached by a remote worker.

Is remote work sustainable? Today in Finland, the third time of remote work is taking place. The main goal is to make people think about various forms of work and the environmental burden of daily commuting and back. In the first year, 10,300 workers took part in the campaign; last year, 17,300 people from 270 organizations. This year, 23 thousand participants and 700 jobs are expected. Last year there were no work trips of 568 thousand kilometers. This corresponds to fourteen revolutions around the Earth at the equator. A year ago, such a day reduced carbon dioxide emissions by 90 tons compared with a normal working day [13].

Conclusion

Digital nomadism as a socio-cultural phenomenon belongs exclusively to the modern networked information-communicative society; since it originated primarily due to the development of the Internet, the emergence of the latest digital and mobile technologies, and the widespread use of wireless communications. The main characteristics of digital nomads are their mobility and permanent connection to the Network. In addition, remote work meets the principles of sustainable development of a society: economic feasibility, environmental efficiency and social benefits that improve the quality of life of people who have embarked on the path of digital nomadism.

References

- 1 "Digital Kazakhstan 2020" program <https://digitalkz.kz/en/>
- 2 Kazakhstan strategy 2050 <https://strategy2050.kz/en/news/35952/>
3. Robots will replace up to 800 million workers worldwide
<https://kapital.kz/world/64998/roboty-zamenyat-do-800-mln-rabotnikov-po-vsemu-miru.html>
4. Jack Ma: We need to stop training our kids for manufacturing jobs
https://money.cnn.com/2017/09/20/technology/jack-ma-artificial-intelligence-bloomberg-conference/index.html?section=money_technology
5. Transversal skills in TVET: pedagogies and assessment. UNESCO Office Bangkok and Regional Bureau for Education in Asia and the Pacific
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235487>
6. Generation Theory: Characteristic Features of X, Y, and Z Generations
<https://belady.online/psychology/career/teoriya-pokoleniy/>
7. Remote work: problems and peculiarities of legal regulation abroad and in

- Kazakhstan
https://www.zakon.kz/4832097-distancionnaja-rabota-problemy-i.html#_ftn1
8. Telecommuting <https://en.wikipedia.org/wiki/Telecommuting>
 9. Labor Code of the Republic of Kazakhstan (11/23/2015) Article 138. Remote work https://online.zakon.kz/document/?doc_id=38910832#pos=162;-57
 10. Digital nomad generation - Online professionals
<http://connect-universum.tsu.ru/blog/cuj2015/1058.html>
 11. Best digital nomad jobs + where to find them in 2019
<https://www.travelinglifestyle.net/digital-nomad-jobs/>
 12. Digital nomads: they are already among us!
<http://novopro1.ru/eto-interesno/902-tsifrovye-kochevniki-oni-uzhe-sredi-nas>
 13. Remote day work in Suomi: country saves energy
<http://fontankafi.ru/articles/11724/>

A.S. Tuleubekov, candidate of sciences in philosophy, Associated Professor, IITU, PhD student, University of Jyvaskyla, Finland
A.B. Doskozhanova, PhD, Assistant-professor, IITU

THE ART OF MANAGEMENT IN AL-FARABI'S "TREATISE ON THE VIEWS OF THE RESIDENTS OF A VIRTUOUS CITY"

Abstract - This article highlights the qualities of the ruler of a Virtuous city. For this, the ruler needs not only physical health and a strong mind, but also a love of truth and justice, determination and courage. The thinker in his treatise compares a virtuous city with a healthy human body, where all organs contribute to the harmonious development of the body.

Key words: will, Virtuous city, happiness, quality, inhabitants, art of management.

In his "Treatise on the Views of the Residents of a Virtuous City" al-Farabi writes the following: "Any person who happens to be at the head of a virtuous city, since governance depends on two things: first, on the nature of the person ready for management, and secondly, from the position and abilities that have their source of will" [1, p. 311-312]. These are very deep words that require interpreting them in a true humanistic manner.

So, two basic conditions are presented:

- 1) readiness by nature for management;
- 2) position and ability, which have their source of will.

After analyzing a large number of conditions suitable for righteous rule, Al-Farabi dwells on these two. Let's try to give an analysis to each of them.

The first condition. Al-Farabi devoted much to the description of what the head of the city should be like. Willingness "by nature" to control does not at all imply the presence of only natural qualities in a person who deprive those who were born without certain managerial qualities of access to power. Naturally, there should be some natural inclinations for the future ruler, such as an open soul, intuition, mind, insight, etc. But without their improvement, without their use directly in practice, these inclinations will remain the untapped potential of the failed ruler.

Therefore, here the thinker makes a big digression regarding the art of management, realizing the nature of which, a person can take control of the city, coupled with his existing natural abilities. Al-Farabi writes, "Not all art can be a means of control; on the contrary, most of the arts are the arts that are served in the city, just as most of the natural abilities are abilities to serve.

Among the arts, there are those that act both as tools of management and as tools of service to other arts, and there are those that can only be tools of service, but by no means control.

Likewise, the art of managing a virtuous city cannot turn out to be any that happens, an art and any that happens, an ability” [1, p. 312].

Thus, the above first condition means the natural readiness of a person to devote himself to the art of management, based on an active mind.

The second condition. As the second condition, al-Farabi puts forward the ability of the first chapter “to convey in a good and figurative way everything that he knows in words; he should be able to best guide people towards happiness and the actions through which it is achieved; at the same time, he must have sufficient bodily strength to carry out private actions” [1, p. 316-317]. The basis of the second condition, as already mentioned above, is the will. In the second condition, he speaks of “position and abilities,” when used correctly, the achievement of the public good, to some extent, is even inevitable.

If natural abilities are not sufficiently developed for their application in the art of management, then they can be improved through various spiritual, psychological and physical practices. This moment once again demonstrates that the underdevelopment of any human abilities by nature deprives a person of the opportunity to become the first chapter. Much depends on human will. The positive will to power, the lack of fear of the people in the process of expressing their socio-political position, the desire for self-improvement are united under one common denominator of will. The latter determines the essence of government and the degree to which happiness is achieved by a managed society.

Al-Farabi offers a large list of his qualities (twelve in total) as signs of the perfection of the first chapter, including:

- 1) perfect bodies;
- 2) the ability to understand and imagine what is being said, and what is actually happening;
- 3) good memory;
- 4) a shrewd and perspicacious mind;
- 5) expressive syllable and ability to clearly state one’s thoughts;
- 6) love of learning and cognition;
- 7) physiological and psychological abstinence;
- 8) love of truth and hatred of lies;
- 9) a proud soul and the value of their own honor;
- 10) contempt for money;
- 11) love of justice;
- 12) decisiveness and courage in the necessary actions.

Of course, the combination of all these qualities is a matter of the highest giftedness and “and this is why people gifted with such a nature are very rare and make up only a minority” [1, p. 319]. Al-Farabi is not so categorical to the above list of qualities of the head of a virtuous city.

“So, if such a person is found in a virtuous city, and when he grows up, the first six conditions mentioned above or five of them are fulfilled, then, having no equal in imagination, he will become the head of this city” [1, p. 319]. But even to achieve the first five or six qualities, strength is required, otherwise managing a person who has not reached the above qualities can lead to negative, if not disastrous, results.

Thus, the issue of combining ethics and politics in the person of one leader al-Farabi solves a rather complicated way, but the question itself is not an easy one. This is just the case when the head, being a moral person, must constantly make a deal with his own conscience.

However, possessing at least the first five qualities, such a chapter will not be constantly at the moral and political crossroads, since, for example, a penetrating and penetrating mind (fourth quality) will allow him to prevent various incomprehensible, ambiguous situations, and the second quality will give him at all the advantage is to see the fullness of the picture of what is happening, and not just what some ill-wishers may say. Thus, at the philosophical and political level, al-Farabi manages to resolve the issue of a moral and managerial nature through the concept of qualities of the first chapter of a virtuous city.

In the space of ethical and political relationships, a person acts as a bearer of moral and political qualities, thereby representing an element of ethical and political communication. In this study, it is important to consider a person precisely as an ethical and political element, since the future of the social system to which it relates directly depends on how much a person masters categories and values that are at the intersection of politics and morality.

Therefore, every citizen of society bears responsibility for the general health of his people. In the Treatise on the Views of the Residents of a Virtuous City, al-Farabi cites the following thought: “A virtuous city is like a perfect, healthy body, all of whose organs help each other in order to preserve the life of a living creature and make it most complete” [1, p. 305]. Of course, al-Farabi is right. Every person, if he is included in the matter of public administration, must adhere to the principle that much depends on him in the healthy body of his social system.

“The virtuous city of al-Farabi is a society of people united on the basis of mutual assistance in order to achieve happiness, it is a city where morality triumphs” [2, p. 81]. Therefore, the above-mentioned purification in the consciousness of each member of society from various stereotypes should be carried out permanently.

This will lead to the fact that not only the ruler, guided by the principles of wise government, can manage the society, but the society itself will perceive with a high level of positivity those or other socio-political reforms that are aimed at achieving universal well-being, happiness, and therefore perfection.

Thus, in no human example of life is there an absolute egoistic type of living. In this regard, a positive feature of the social philosophy of Al-Farabi is that in the life of the people of a virtuous city, he, in the first place, saw this inalienable universality, when the first head of the city was some kind of external beneficent need, while all other residents, being guided by this need, improved themselves, realizing their vision of fate.

In this sense, the inhabitants of a virtuous city are masters of their own lives, namely, in the sense of synthesizing the subjective world of their own activity and the objective world of the wise government of the first chapter of a virtuous city. Thus, the human world is created in some universal combination of objective and subjective reality.

References

1. Аль-Фараби, Абу Наср Мухаммад. Философские трактаты. Пер. с арабского. – Алма-Ата: «Наука», 1970. – 430 с.
2. Идеалы аль-Фараби и социогуманитарное развитие современного Казахстана. Коллективная монография / Под общей редакцией З.К. Шаукеновой. – Алматы: ИФПР МОН РК, 2014. – 232 стр.

В.К. Yerzhan,

PhD, Associated Professor, IITU

DIGITALIZATION: HOW IT HAPPENS IN SINGAPORE

Abstract - The article discusses digitalisation process in Singapore. Singapore is leader in technologies in the Asian continent. The programs and processes in Singapore give experience in the field of digitalisation for Kazakhstan.

Keywords: digitalization, Singapore.

If we trace back human development, we can see that there were several periods of human development, such as time of a civilized human being, a commercial human being etc. Today we live in time of digital human being. Now one looks around and he/she sees that digitalisation is in every corner of this globe. This paper discusses how it happens in Singapore.

Singapore has always been articulated as one of the models of modernization for Kazakhstan. It has many similarities: one party system, sole leadership for a long period of time, Asian culture and multi-confessional and multi - cultural society surrounded by huge cultures

and economies. However, there are many differences as well, Singapore is a city and it has scarcity of almost everything. However, it has access to sea and international maritime routes. It has English language and British political heritage.

Once Singapore had started its independence with many challenges ahead. In the economy it has only access to sea, however no culture of doing business with others. The business models were primitive and not comparable to high global standards. In society, it is multi-confessional and multi-cultural which could be triggered in a wrong way and bring to collapse of the society.

The major obstacles forced leadership of Singapore to radical changes. In the economy they have taken policy of transparency, rule of law, fair play and competitiveness. In society, they have taken policy of equal opportunities, respect and diversity. The people of Singapore and their leadership got success. Now Singapore is third in Bloomberg's 2018 Innovation Index.¹ Singapore is relatively small nation with population of 5.8 million people.² It heavily depends on its flexibility to adapt, change and evolve. Today it has become an example of society which preserves its cultures, languages and geared with high modernization, technology and digitalisation. The report on digital Singapore finds that 86% of Singaporeans are online, 76% active on social media and mobile subscriptions - amongst the world's highest.³ Its plan to become Smart Nation is undergoing. Through technology Smart Nation makes economy effective, lives comfortable. For example, technology helps to monitor health, reduce time spent on administrative tasks, plan commute, timely inform about security dangers, participate in decision - making etc.⁴

The paper bases its analysis on Services and Digital Economy Technology Roadmap (SDETR) which gives comparative survey of Singapore's Digital development history and future ambitions. The Roadmap is a product of deep intellectual work by academia, industry and government of Singapore. It is a result of many programs initiated by Singapore. Historically in the 80s the city started National Computerization Plan followed by National IT Plan, IT200, Infocomm 21, Connected Singapore, Intelligent National 2015 and Smart Nation.⁵

From the time immemorial new things have always faced challenges. Digital technologies are not exceptions. The technology is now undergoing thorough thinking because it effects on our daily life. It reshapes our social and economic fabric. It makes societies tight and hyper connected. The boundaries are no longer neat and clean. The migration is growing and literally the globe has become one small village.

Technologies disrupt someone's habitual life and make them uncomfortable. They will have to learn new things, re-skill, up-skill themselves and change the way they work and behave. The model of a working person has changed. He/she is not a person who relies on sheer physical attributes in his/her work. He/she has become knowledge worker who has many skills, not one. Knowledge in Robotics, machine learning, Big Data, Artificial Intelligence etc are in high demand in global job market. Workforce needs skills in innovative thinking, efficient learning and teaching, creativity, problem solving, initiative taking and emotional intelligence.⁶

For others they create opportunities. They make things faster, easier and less bureaucratic. Technology has empowered individuals and opened access to possibilities. For example, take a smartphone. It has influenced on daily activities (paying bills, registration etc)

¹ Retrieved from <https://www.channelnewsasia.com/news/business/singapore-ranks-third-in-innovation-rankings-south-korea-tops-9886414>. Accessed 2018, 16 May.

² <https://www.worldometers.info/world-population/singapore-population/>

³ <https://wearesocial.com/sg/digital-2019-singapore>

⁴ *Services and Digital Economy Technology Roadmap, in partnership with Monitor Deloitte. Infocomm Medial Development Authority. SDE TRM Main report, page 11*

⁵ <https://www.huawei.com/nz/industry-insights/technology/digital-transformation/government/singapore-a-leader-in-digital-government>

⁶ *Services and Digital Economy Technology Roadmap, in partnership with Monitor Deloitte. Infocomm Medial Development Authority. SDE TRM Main report, page 17*

and on social relationships. One thing is for sure that digital technologies are inevitable if a society wants to keep up with development and stay forward looking.

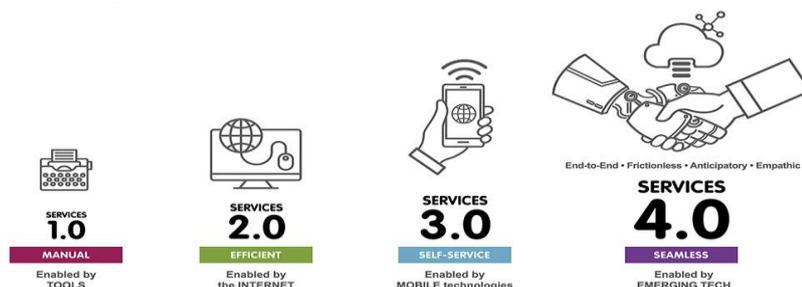
Singapore’s SDETR focuses on reaching Services 4.0. Historically there has been the following Services.

Service 1.0 - era of Manual, enabled by Tools. A human being’s focus is on hunting and gathering.

Service 2.0 - era of Efficient - enabled by the Internet. A human being’s focus is agriculture.

Service 3.0 - era Self-Service, enabled by Mobile technologies. Wireless. Cloud technology. A human being’s focus is on industry.

Service 4.0 - era of Seamless, enabled by Emerging Tech. Frictionless. Empathic. Can anticipate customer needs using emerging technologies.⁷ A human being’s focus is information.



Source:

<https://www.imda.gov.sg/infocomm-media-landscape/services-40>

How does Singapore reach Services 4.0? It focuses on the following pillars:

Talent (education, continuous learning, up-skill and re-skill of workforce)

The Singapore workforce is well-educated and well-positioned to adapt for the future with initiatives such as SkillsFuture and TechSkills Accelerator which aims to help the working population continually re-skill and up-skill for the changing environment.⁸The Code for Fun Programme is offered to all primary and secondary schools to increase students’ exposure to coding and computational thinking since April 2014.⁹Technology has penetrated all levels of education, so that Singaporeans stay ready and flexible for fast changing digital challenges.

Research and Innovation.

Singapore stays as a leader however it has to continually reinvest itself to keep leading positions. Under the Research, Innovation and Enterprise (RIE) 2020 Plan, S\$400 million has been committed to the Services and Digital Economy to support digital research and innovation that can be used as a force multiplier to grow Singaporean digital economy.¹⁰Academia and industries of Singapore are rapidly changing to the needs of technological requirement. They are supported by Singaporean government which leads by its own example.

Policy regulations.

Citizens and businesses should have trust in system and government which protect public interest, enable safe climate. The total trust creates opportunities for growth, innovation and creativity. These are integral components of highly digital economy. Singaporean government initiates and support all programs on digitalisation. The government has been active researcher and developer. It invests heavily on R&D. It has launched “Moments of Life” - a series of seamless end-to-end government services catering to the lives of citizens and residents;

⁷ *Services and Digital Economy Technology Roadmap, in partnership with Monitor Deloitte. Infocomm Medial Development Authority. SDE TRM Main report, page 8*

⁸ *Services and Digital Economy Technology Roadmap, in partnership with Monitor Deloitte. Infocomm Medial Development Authority. SDE TRM Main report, page 13*

⁹ *Services and Digital Economy Technology Roadmap, in partnership with Monitor Deloitte. Infocomm Medial Development Authority. SDE TRM Main report, page 48*

¹⁰ *Services and Digital Economy Technology Roadmap, in partnership with Monitor Deloitte. Infocomm Medial Development Authority. SDE TRM Main report, page 31*

“GovTechStack” - a platform for digital applications, a government data exchange services such as National Digital Identity). The government sees itself as an environment builder that constructs safe and favorable conditions. Safe and favorable conditions include regulations, norms, targeted policies, physical and digital infrastructure.¹¹

Physical and Digital Infrastructure.

The Economist Intelligence Unit Asian Digital Transformation Index, which measures digital readiness, has ranked Singapore first in Asia due to its strengths in digital infrastructure and industry connectivity.¹²

Singapore has all that takes to stay developed and evolved. It has high level infrastructure, educated and flexible workforce, stable and open government and geographical location. Is Kazakhstan ready for digital transformation and pay price in terms of physical and digital infrastructure, policy regulations, research and innovation, talent nurturing is still under discussion.

С.В. АШЕНОВА,
кафедра МиИК, МУИТ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И «СВОБОДА СЛОВА» – ЖУРНАЛИСТСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. Статья поднимает проблематику взаимодействия средств массовой коммуникации с современной аудиторией в эпоху цифровизации в контексте таких понятий как принципы журналистики и социальная ответственность, определения дефиниции «свобода слова» через призму современных параметров коммуникативного процесса.

Ключевые слова: информационное пространство, цифровизация, блогинг, информационное неравенство, свобода слова, демократизация.

Приобщение к новым информационным технологиям, инновациям в сфере коммуникационного менеджмента совпало с трансформацией прежнего информационного поля. Экспорт информации и коммуникационных услуг формирует единое мировое информационное пространство. При этом процессы глобализации получают дополнительный импульс от внедрения новых информационных, коммуникационных и, надо отметить, и политических технологий.

В Казахстане особенности трансформационных и модернизационных процессов в информационном поле страны обусловлены пространственными параметрами, спецификой культурно-исторической идентификации людей, традициями открытости и толерантности национального менталитета, сложившейся в государстве этнокультурной и языковой ситуацией. В то же время практика последних десятилетий показала, какую огромную роль играет глобализационная составляющая в жизни общества и в информационной среде, являющейся неотъемлемой частью социума.

Новые каналы передачи информации так стремительно внедрились в модель взаимодействия с массовой аудиторией, что достаточно быстро стали перетягивать на себя специфику эффективного воздействия на сознание, используя такие понятия, свойственные ранее наиболее активной коммуникативной составляющей журналистики, как оперативность, наглядность и интерактивность. К тому же, быстрый обмен мнением, визуализация «без купюр», неожиданность и отсылка к сенсационности позволяет им создавать платформу для работы с аудиторией, которая становится все более податливой для внедрения той или иной действительности, в структурировании которой эти самые

¹¹ *Services and Digital Economy Technology Roadmap, in partnership with Monitor Deloitte. Infocomm Medial Development Authority. SDE TRM Main report, page 78*

¹² *Retrieved from <http://connectedfuture.economist.com/connecting-capabilities/article/connecting-capabilities/>. Accessed on 2018, May 15.*

каналы уже начинают играть важную роль по всему миру. И в этом заключается опасность того, что для потребителя информации создается определенная «картина мира», которая, разумеется, будет претендовать на объективность и верную действительность. Потребитель должен будет воспользоваться этой картиной, при этом тем больше будет ее значение, чем больше неопределенности будет во взглядах и мнениях людей, обратившихся к ней.

Изменяя представляемую действительность в нужную сторону, мы получим результаты в реальности, двигаясь от составляющего к конечному. И не всегда конечный результат будет отвечать требованиям, предъявляемым к средствам массовой информации с точки зрения теории социальной ответственности. С другой стороны, в обществе с системно поддерживаемой идеологией на первое место может выйти художественная коммуникация, когда осуществляется переход от факта к правилу. А средства массовой информации работают как профессиональный механизм, который затрудняет принятие самостоятельных решений при построении собственной модели зрителем или читателем. Вырабатывается система управления информационным пространством, складывающаяся из рождения собственных потоков информации, удерживающих внимание массового сознания на нужных объектах.

По данным <http://qogam.gov.kz/ru/pages/kolichestvo-zaregistrirovannyh-smi-v-kazahstane> на 15 января 2019 г. в Казахстане было зарегистрировано 3328 СМИ, из которых 2790 составляют периодические печатные издания, 128 – телеканалы, 70 – радио, 340 – информационные агентства и сетевые издания.

Наиболее многочисленной группой остаются печатные – 2 790 (или 83,8%) от общего количества зарегистрированных СМИ, из них газет – 1800 и журналов – 990. В реестре СМИ зафиксировано 225 иностранных теле и радиоканала. По страновой принадлежности 161 составляют российские телеканалы, 15 принадлежат США, 16 – Эстонии, 20 – Великобритании, 6 – Франция, 1 – Кипру.

При этом мало найдется исследователей, которые бы стали утверждать, что печатные издания безапелляционно удерживают первенство в создании «виртуальной картины мира». Такая же ситуация характерна и для СМИ Казахстана, в котором большая часть информационного пространства принадлежит печатным СМИ.

Социальные сети, захватив с помощью интернет весь мир, не только разорвали границы межкультурной коммуникации, но и практически стали одним из средств инфовещания.

В Казахстане попытки приравнять блогинг как сегмент интернет-пространства к традиционным СМИ на законодательном и социальном уровнях успехом до сих пор не увенчались. Впервые этот вопрос был поднят в 2001 году, когда к категории средств массовой информации были приравнены web-сайты, которые определялись как представительская страница, на которой собственник мог размещать информацию в целях массового распространения. В то же время такая процедура традиционных СМИ, как обязательная учетная регистрация, для них не требовалась. Но ответственность на собственников web-сайтов, редакторов и авторов материалов возлагалась такая же, как и на представителей традиционных медиа. Блогеры, исключая журналистов, ведущих блоги газет, и общественные правозащитники с таким положением вещей не согласились, утверждая, что невозможно требовать от web-сайтов соблюдения принципов традиционной журналистики, идеи и специфика которой не в состоянии полностью раскрыть сущностные характеристики распространения интернет-информации через личные записи, которыми по существу блоги и являются. К тому же, понятие субъективного отношения к публикуемому автором материалу автоматически принимает статус правильного, так как отражает именно авторское видение предложенной новости или события.

Интерпретация информации в этом случае зависит уже не только от

информационного повода, но и от манеры, и от готовности аудитории воспринимать предложенный им материал. Здесь возникает некая двойственность ситуации. Принятая в традиционной журналистике непосредственно-организаторская функция нивелируется как раз-таки теми самыми субъективными факторами, которые, превращая социальные сети и блоги в инструмент быстрой, доступной и неограниченной информации, в то же время формируют совершенно особенный тип массовой аудитории. Аудитории, которая позволяет увлечь себя субъективному мнению, вступает с этим мнением в контакт, будучи при этом уверенной в том, что именно таким образом можно получить единственно достоверные данные. При этом принцип факта, применяемый в журналистике, меняет свое назначение в зависимости от того, какие подходы к его обработке и изложению выбирает так называемый интернет-ресурс. Аналитическая обработка фактического материала, отвечающая требованиям интернет-издания, если оно готово на полном основании признать себя средством массовой информации, начинает уступать место простому изложению факта или эмоционально-драматической составляющей, так свойственной блогосфере.

Одним из понятий, которое приобретает при этом известную «информационную гибкость» становится дефиниция «свобода слова». Она стала одним из наиболее значимых и ощутимых достижений демократизации общества. Современные демократические государства немыслимы без свободных СМИ, в демократических странах законодательно закреплено право на учреждение независимых средств информации. Свобода слова при этом, конечно, не определяется только формой собственности издания.

В любом случае, любой читатель должен иметь право пользоваться любыми изданиями, несущими информацию, так как свобода слова стала одним из наиболее значимых и ощутимых достижений демократизации общества. И власти, и экономические структуры, и политики, и граждане должны понять, насколько значимо слово, напечатанное или произнесенное с монитора. Именно в таких условиях происходит адаптация к достаточно разнообразной картине комментариев о событиях в политике, общественной жизни и культуре, умение ориентироваться и делать выбор, что определяет одну из главенствующих ролей средств массовой информации в формировании взглядов нового демократического общества.

Казахстанские блогеры, создавшие в 2014 году Альянс блогеров Казахстана, активно ратовали за наделение их всеми правами профессиональных журналистов. Но не были согласны с принятым в 2009 году законом «О поправках в некоторые законодательные акты о СМИ РК», который фактически приравнял все интернет-ресурсы к традиционным СМИ с соответствующей уголовной и гражданской ответственностью. Хотя регистрации и лицензии им не требуется, закон определял, что каждый пользователь Интернета отвечает в уголовном порядке за свои комментарии, посты и блоги, если они будут признаны противоречащими закону. Вопросы, подпадающие под юридическую ответственность, были прописаны очень четко и сомнений не вызывали, но полемика вновь развернулась вокруг соответствия прав и обязанностей тех, кто мог выступать носителем информации, и возникновением с этой точки зрения медийного риска ограничения свободы слова и, добавим со своей стороны, риска управления аудиторией.

Последний законопроект о СМИ – «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам информации и коммуникаций», принятый 21 декабря 2017 года, продемонстрировал уже более глубокое изучение вопроса, так как оставил в стороне проблематику характера дефиниций о признании статуса блогеров, а сосредоточил внимание на защите прав и интересов потребителя от некачественной, непроверенной или дискредитирующей информации.

Здесь стоит заострить внимание на проблеме «информационного неравенства», которая является глобальной, особенно когда речь идет о методах воздействия на общество. Кроме того, она тесно связана с феноменом зависимости успеха человека по

отношению к компьютерной и телекоммуникационной революции, а также с уровнем развития отдельного государства и общества. Суть проблемы – в неравном доступе к возможностям, предоставляемым современными информационными технологиями для достижения социальных и экономических целей. Это связано как с недостаточным уровнем развития человеческого потенциала (иными словами – с компьютерной неграмотностью), так и с отсутствием у людей необходимых аппаратных и программных средств (отсутствием компьютеров, телевизоров), а также доступа к коммуникациям (к Интернету, кабельному и спутниковому ТВ, телефонной связи).

«Информационное неравенство» – проблема не только и не столько отдельных людей, но целых стран и регионов. Государства вынуждены в числе первоочередных задач на первое место ставить повышение уровня образования и профессиональной квалификации своих граждан, потому как уже сегодня конкурентоспособность определяется в решающей степени наличием высококвалифицированных человеческих ресурсов.

Наряду с проблематикой нормативно-правовой базы, которая должна быть полностью готова к использованию новых информационных технологий в повседневной жизни, с вопросами «информационного неравенства», все еще остаются актуальными вопросы координация деятельности информационных институтов в контексте защиты национальных и социальных интересов потребителя информационных потоков. Сюда же можно отнести и проблему обеспечения информационной безопасности, остро вставшую с развитием Интернет, и осмысление понятия «свобода слова» в контексте «вседозволенности». Многие ученые беспокоятся и о том, что «всемирная паутина» ведет к стандартизации мышления людей.

В современном обществе информация не просто широко распространена. Информация становится доступней, оперативной, она быстро оказывает большое воздействие на людей. Возникает опасение, что казахстанский информационный рынок, приобретая черты «нового журнализма», заполнится некачественной продукцией (аудиовизуальной, телекоммуникационной, компьютерной информацией), в том числе и не обеспеченной социальной ответственностью канала передачи информации. Необходимо проводить исследования, четко изучающие воздействие современного информационного потока на культуру, образование, образ жизни людей. Сделать это может быть довольно трудоемко, так как процесс глобализации ставит препятствия, обусловленные различными подходами к теории прав человека. Но, тем не менее, это необходимо, потому что последствия могут оказаться необратимыми.

За прошедшее время использование компьютерных технологий распространилось на все сферы жизни – профессиональную, политическую, экономическую и культурную. Глубоко изменилось не только общество, в котором мы живем, но и само наше поведение. Сейчас, когда выдвигается огромное количество инициатив в технологической, политической или законодательных областях, а обсуждения технологий и последствий их применения иногда скрывают настоящие проблемы, мы не должны забывать об основных ценностях и принципах демократии и социальной ответственности. Та технологическая революция, которая проходит в настоящее время, должна нести пользу, прежде всего, самим гражданам и содействовать их участию в демократической жизни. Это один из главных аспектов информационного обеспечения с помощью средств СМК, чья деятельность должна строиться, исходя из отправной точки – интеграции Казахстана в мировое цивилизованное сообщество с позиции демократизации государственных институтов. Сами СМК являются при этом одним из институтов современного открытого общества и должны соответствовать своему предназначению. Цифровая революция формирует новые права в цифровом пространстве, придает новые, порой неожиданные, аспекты реализации основных прав и свобод гражданина. Цифровая трансформация оказывает самое непосредственное влияние на реализацию фундаментальных прав

человека, способствует появлению новых прав человека и гражданина как участника всемирного информационного, цифрового пространства. Для внедрения цифровых технологий в отношения между государством и гражданским обществом требуется «сделать демократические институты более открытыми» посредством выявления глубинного значения таких понятий как «свобода слова» и «права человека».

Список литературы:

1. Закон Республики Казахстан от 3 мая 2001 года № 181-ІІ «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации», п.2, п.15 статьи 1.
2. Закон Республики Казахстан от 10 июля 2009 года № 178-ІV «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информационно-коммуникационных сетей».
3. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. М., Центр, 2013. – 381 с.
4. Карцхия А.А. Цифровой императив: новые технологии создают новую реальность // ИС. Авторское право и смежные права. – 2017 – № 8.

З. Имярова

Профессор-исследователь, Университет Нархоз

ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. Цифровизация становится неотъемлемым элементом развития всех сфер жизни общества, в том числе и системы образования. Целью данного исследования является анализ тенденций развития диджитализации в современном высшем учебном заведении, перспективы их взаимодействия, взаимовлияния.

Ключевые слова: цифровая трансформация образования, цифровые технологии, онлайн и оффлайн-обучение, академическая мобильность.

Сегодня мы являемся свидетелями глубокой трансформации Казахстанского образования, которая осуществляется в рамках Государственной программы «Цифровой Казахстан», конечной целью которой является подготовка высококвалифицированных и конкурентноспособных кадров. В Послании Первого Президента Нурсултана Абишевича Назарбаева «Новые возможности развития в условиях Четвертой промышленной революции» одной из задач определено развитие человеческого капитала, предусматривающая создание собственной передовой системы образования. Для этого нам нужно адаптировать сферу образования под потребности новой инновационной индустриализации, нацеленной на переход от практики передачи знаний к формированию навыков креативного мышления, умение находить нужную информацию и верно применять её.

Реалии развития современного мира, цифровизация всех сфер жизни общества, бесспорно, стали предпосылками к внедрению диджитализации в сферу образования, особенно в высшие учебные заведения. Практики внедрения цифровых технологий затрагивают не только новшества в оснащении учебного процесса, но и модернизацию направлений научно-исследовательской деятельности. Самое важное, что у ключевых высших учебных заведений появилось не только понимание, но и фактическая цифровая трансформация самого образовательного процесса как разработка и проведение приема абитуриентов на обучение по новым программам высшего образования и качественное совершенствование уже действующих положительно зарекомендовавших себя программ. Сегодня мы можем говорить о том, что цифровые технологии – это уникальный механизм для разностороннего развития современного высшего учебного заведения. Создана возможность для быстрого обмена опытом и знаниями, адаптации онлайн-обучения,

развития цифровых библиотек и цифровых кампусов, расширяется круг субъектов, получающих уникальную информацию, которая раньше была доступна только для узкого круга экспертов и ученых. Благодаря цифровым технологиям мы с уверенностью можем говорить о глобализации научного мира и активном развитии академической мобильности.

Появляется возможность объединяться в профессиональные сообщества и формировать «университеты сообществ» со своими стандартами и методиками обучения. Со временем эти структуры могут составить конкуренцию традиционным университетам, через 25–30 лет вытеснив их с рынка образовательных услуг. Проведенный анализ направлений трансформации высшего образования в условиях цифровизации ставит следующий ряд вопросов, необходимых для глубокого понимания готовности/неготовности акторов обучения к переменам:

1. Уровень оснащенности вуза компьютерами, программами. Аудиторный фонд.
2. Уровень цифровых компетенций педагогического состава вуза для цифровизации обучения. Их готовность к изменениям традиционной модели образования.
3. Желание и готовность предприятий к развитию сетевых проектов взаимодействия с вузами (совместное создание корпоративных образовательных программ; использование предприятиями вузов в качестве центров экспертизы; прикладной бакалавриат; технологическая магистратура) [1].
4. Уровень цифровой грамотности учителей и школьников. Все эти вопросы требуют глубокого анализа и поиска путей решения для реализации проекта в каждом отдельном регионе. Развитие цифрового образования топовых университетов мирового уровня является серьезным вызовом региональным вузам. Однако если грамотно совмещать форматы образования онлайн и оффлайн в реализации, то региональные вузы могут предлагать и реализовывать качественные, а то и уникальные образовательные программы.

Соответственно, ближайшее десятилетие должно стать эпохой значительных перемен в высшем образовании – формировании нового среднего класса для развития цифровой экономики и реорганизации образовательного процесса, основанного на использовании технологий искусственного интеллекта. Реформа цифровизации образования предполагает оснащенность образовательных учреждений современной техникой, а именно, компьютерами с возможностью подключения к сети Интернет, информационными системами, позволяющими получать доступ к образовательным ресурсам, результатам современных научных исследований и разработок, электронным научным библиотекам на различных языках мира. Образование выходит за пределы учебных аудиторий, лабораторий, библиотек. Увеличивается количество студентов, которые учатся удаленно. Цифровые технологии радикально меняют содержание преподаваемых дисциплин и форму их подачи. Это не только ставшие уже рутиной электронные презентации или использование видео. Возможны прямые подключения к электронным базам данных, новостям, проходящим форумам, видео-трансляциям, системам стимуляции, электронным тренажерам. Происходит трансформация обучения. Исчезает необходимость в преподавателе как ретрансляторе знаний. Появляется потребность в формировании у потребителей мотивации к обучению. В передаче навыков и наставничество в роли ментора. Значимая роль отводится реальным практическим проектам в реальных организациях. И задача преподавателя – помочь студентам сориентироваться в огромных объемах информации. В проведении практических занятий возможно использование социальных сетей. С использованием скайпа, мессенджеров возможно участие в занятии ведущего специалиста, эксперта. Издательства, специализирующиеся на учебной литературе все больше переходят на электронные версии учебников и учебных пособий [2].

Основой образовательного процесса становится инновационность и воспитание

нового поколения, готового обучаться всю жизнь и генерировать инновации. Главной функцией обучения, образования становится «научить учиться», быть готовым к переменам, к работе с более сложными проектами, заимствованию передовых, в том числе – зарубежных практик, расширению кругозора, отслеживая тенденции в других отраслях и профессиях. Более того, цифровая компетентность выпускников университетов должна превышать существующую номенклатуру компетенций – чтобы работать на опережение ситуации. У обучающихся появляется возможность формировать индивидуальные учебные планы.

Стоит особо подчеркнуть, что тренды глобализации и увеличение доли онлайн-сегмента образовательных услуг в сфере дополнительного образования могут кардинально изменить традиционную систему. Цифровые образовательные ресурсы становятся базой для развития информационных услуг в сфере образования. При этом стоит обратить внимание, что особая востребованность в плане диджитализации системы обучения проявляется именно в системе дополнительного образования, будь то профессиональное повышение квалификации или изучение нового иностранного языка. Когда мы говорим о получении первого, базового высшего образования, в современном университете должно присутствовать сочетание как современных информационных технологий, так и прямого общения обучающихся с преподавателями, экспертами, учеными. Достаточно продуктивно было бы заменить стандартный набор теоретических лекций на онлайн-продукты, увеличив количество часов, направленных на закрепление материала, развитие практической и проектной деятельности обучающихся. Несомненно, что массовые онлайн-курсы станут еще более востребованными, так как повышают качество и доступность образования, однако традиционные формы взаимодействия преподавателя и студента они не отменяют. Использование цифровых технологий в образовательном процессе позволит университетам выйти на новый уровень подготовки слушателей, отвечающий вызовам современной экономики.

В настоящее время в республике успешно реализуются различные проекты, направленные на автоматизацию государственных услуг в сфере образования, среди них национальная платформа открытого образования, который представляет собой аппаратно-программный комплекс, состоящий из систем дистанционного обучения, телеконференций и вебинаров, образовательных курсов, комплекса проведения онлайн-уроков, объектно-ориентированного программирования, робототехники, 3D-моделирования и печати, удаленной сдачи и приема экзаменов. Система дистанционного обучения базируется на платформе meet.mail.kz, позволяющей собирать виртуальные классы и проводить занятия по любым предметам удаленно. Уникальность системы заключается в одновременной трансляции учебно-методического материала, интерактивной доски, класса, а интеллектуальные камеры высокого разрешения, ориентируясь на радиомаркер, находящийся на педагоге, могут отслеживать его местоположение в пространстве, тем самым всегда держа в фокусе преподавателя. Подобная система позволяет проводить видеоконференции, открытые уроки, а также являться прокторингом в онлайн-экзаменах.

Призвая в нашу страну ученые из разных стран отмечают положительные изменения не только в архитектурном облике наших городов, но и в людях. Этому способствует развитие институтов, направленных на совершенствование личности, раскрытие потенциала и развитие образования. И это безусловно заслуга Лидера Нации Первого Президента Нурсултана Абишевича Назарбаева. По инициативе которого внедрены современные формы управления в сфере образования, предоставлены академическая свобода и автономность казахстанским вузам необходимые для реализации инновационных образовательных программ и научных проектов, учреждена престижная стипендия Болашак и созданы всемирно известный Назарбаев Университет и «Назарбаев

Интеллектуальные школы».

На сегодняшний день, благодаря стараниям Лидера Нации, у нас в республике созданы все условия для успешного развития личности. Тем самым мы доказали всему миру, что успешная страна – не та, которая богата ресурсами, а та, которая развивает свое образование.

Литература

1. Трансформация управленческих систем под воздействием цифровизации экономики: монография. В. Вертакова, Т. О. Толстых, Е. В. Шкарупета, Е. В. Дмитриева. Курск, 2017. С. 52–54.
2. Кудлаев М. С. Процесс цифровизации образования в России // Молодой ученый. 2018. №31. С. 3–7.
3. Певная М. В., Шуклина Е. А. Перспективы развития взаимодействия предприятий вузов в макрорегионе: экспертная оценка // Вопросы управления. Социальное управление. 2018. №3(52). С. 155–163
4. Bates, T. & Sangrá, A., 2011, *Managing Technology in Higher Education: Strategies for transforming teaching and learning* (New Jersey, Jossey Bass).
5. Henderson, M., Selwyn, N. & Aston, R., 2015, 'What works and why? Student perceptions of "useful" digital technology in university teaching and learning', *Studies in Higher Education*, 42(8), pp. 1567–79
6. Zawachi-Richter, O. & Naidu, S., 2016, 'Mapping research trends from 35 years of publications in distance education', *Distance Education*, 37(3), pp. 245–69.

Д.Б. Кыдырбекулы,

доктор политических наук, профессор МУИТ

КАЗАХСТАН НА ПУТИ ЭВОЛЮЦИОННЫХ ПЕРЕМЕН

19 марта 2019 года первый президент Республики Казахстан Нурсултан Абишевич Назарбаев публично объявил о своей отставке. Н.Назарбаев еще до отставки был объявлен Первым Президентом – Ельбасы. 9 июня 2019 года Касымжомарт Кемелевич Токаев был избран всенародно Президентом Республики Казахстан. До этого, с 20 марта по 9 июня 2019 года К.К.Токаев исполнял обязанности главы государства. Выборы нового главы государства стали олицетворением перемен в казахстанском обществе.

Смена главы государства и последовавшие за ним выборы в казахстанском обществе вызвали противоречивые реакции. Одни восприняли это как неожиданность, т.к. с феноменом Н.Назарбаева была связана стабильность общества. Другая часть общества восприняла как шанс на изменения в обществе. Но при этом рассчитывающих на радикальные перемены в стране оказались в мизерном меньшинстве. К.Токаев на выборах получил более двух трети голосов, что свидетельствует о справедливости показаний выборов, несмотря на имевшиеся место нарушения, связанные с массовыми задержаниями недовольных.

Какие перемены произошли за полгода президентства К.Токаева? Так, первым важным шагом стало то, глава государства издал указ о создании консультативно-совещательного органа – Национального совета общественного доверия. Этот орган установлен для диалога с обществом. На первом заседании прошли первые встречи К.Токаева с общественными деятелями, которые высказали злободневные, наболевшие за годы проблемы, и причем самых разных и полярных взглядов. Было решено, что мнения, высказанные на Национальном совете общественного доверия, будут учитываться при принятии законов.

Президент К.Токаев искренне прислушивается к голосу народа. Первое, он

увеличил социальную помощь самым уязвимым гражданам – многодетным семьям. В социальную помощь входят не только выделение финансовых средств, но и обеспечение жильем. Ведь в своей предвыборной программе К.Токаев именно социальную политику объявил приоритетной. Второе, в июле 2019 года он не оставил в беде жителей города Арыс в Туркестанской области после взрывов на военном складе, день и ночь находясь и держа под личным контролем ситуацию. Третье, после случая изнасилования школьницы в городе Таразе в ноябре 2019 года, К.Токаев строго приказал обустроить школы по части безопасности.

Также следует отметить, что митинги граждан не разгоняются, если они санкционированы районными и городскими акиматами. Несанкционированные митинги в Нур-Султане и Алматы с подстрекательскими действиями оппозиционера Мухтара Аблязова, объявленного еще в марте 2018 года вне закона и находящегося во Франции. Все это показывает, что ситуация со свободой слова в Казахстане постепенно идет к улучшению. А это в свою очередь означает, что в стране предстоят политические реформы.

Радикальная оппозиция сомневается в реформах, проводимых К.Токаевым, поскольку она считает, что он управляется якобы самим Ельбасы. Этим утверждением радикальная оппозиция хочет заявить о якобы «двоевластии», которого на самом деле нет. Здесь нужно сказать о некотором переходном этапе, когда новый глава государства учится управлять страной. На это Первый Президент – Ельбасы сказал: «Президент Токаев советуется со мной. И когда обращается, я с высоты своего опыта и жизненного, и практического ради страны такие советы даю. Но советы советами, а решения принимает тот, кто берёт эти советы. Сам наш президент объявил первым пунктом повестки дня преемственность. Я тоже хочу, чтобы преемственность была, курс на развитие, на стабильность страны сохранялся и дальше» (1).

Первый Президент – Ельбасы после отставки возглавляет три структуры: партию Нур-Отан, Ассамблею народов Казахстана и Совет Безопасности. За тридцать лет правления страной Н.Назарбаев создал основы прочной государственности, открытости государства и общества, свободу предпринимательства и слова. К.Токаев с приходом к управлению страной перераспределил все функций, прежде бывшие полностью под контролем Первого Президента. Так, все экономические функций полностью переходят в компетенцию Премьер-министра. Ныне глава государства берет на себя политические, социальные и общественные функций.

Касательно внешней политики следует отметить, что она остается по-прежнему многовекторной. Казахстан не оставляет цель войти в число 50 стран-лидеров. Используя свой прежний опыт министра иностранных дел и заместителя Генерального Секретаря ООН, К.Токаев наращивает внешнеполитическую активность Казахстана на мировой арене.

К.Токаев, встречаясь с руководством иностранных компаний, договорился об увеличении заработной платы гражданам Казахстана, работающих в этих компаниях. Также ужесточаются трудовое законодательство и миграционные законы, согласно которым будет более приоритетным трудоустройство граждан Республики Казахстан. Репатриация казахов из зарубежных стран также продолжают, и теперь по инициативе К.Токаева вместо слова *оралман* будет употребляться *қандас*.

Сентябрьское послание К.Токаева стало основным курсом проводимых им политики и реформ. В нем было подчеркнута сохранение политической стабильности и общественного согласия и принятие до 2025 года Концепции развития гражданского общества. При этом сила и развитость Казахстана во многом будет зависеть от регионов страны. Реформа – это признак развития любой страны и общества. Либерализация – это основное кредо ныне действующего Президента. И они будут проводиться поэтапно и последовательно, без каких-либо резких скачков.

К.Токаев также сказал не проявлять спешки с переходом казахского языка на латинскую графику: «Историческое решение о переходе на латинскую графику было принято около двух лет назад. Однако в алфавите все же имеются недостатки. Языковедам необходимо усовершенствовать алфавит. Я дал соответствующее поручение министру культуры и спорта А.Раимкуловой. Впереди большая работа» (2).

Итак, транзит власти идет эволюционным путем, но не безболезненно, поскольку в казахстанском обществе накопилось немало проблем, такие как коррупция, невыполнение государственными служащими своих обязанностей, разворовывание бюджета, рост бедности и безработицы, падение уровня образования в стране и т.п.

2019 год стал подведением итогов тридцатилетнего правления Первого Президента – Ельбасы. Также этот год стал индикатором транзита в новый этап и в новую эпоху развития. Как Первый Президент – Ельбасы, так и нынешний действующий Президент ответственны за развитие страны. Народ Казахстана с пониманием относится к тем процессам, которые проходят в казахстанском обществе.

Литература:

1. <https://informburo.kz/novosti/nazarbaev-spletni-o-dvoevlastii-v-kazahstane-zapuskayut-predateli-rodiny.html>
2. <https://kursiv.kz/news/obschestvo/2019-10/tokaev-prokommentiroval-perekhod-na-latinicu>

С.Н. Велитченко

к. филол.н., ассоциированный профессор, МУИТ

ПРОБЛЕМЫ СТАНДАРТИЗАЦИИ ТЕКСТОВ В НОВЫХ МЕДИА

Аннотация. В статье описываются проблемы создания современных медиатекстов, их форматные особенности. Рассматриваются такие понятия, как «массовость» медиатекстов, «стандартизация языковых конструкций». Доказывается, что грамотная текстовая деятельность журналиста в современный период обеспечивает адекватную и этичную коммуникацию.

Ключевые слова: медиатекст, медиа, язык масс-медиа, медийный словарь

В современной ситуации, когда СМИ превратились в мощный инструмент социального и политического влияния, актуальным является вопрос инновационной структуры языка СМИ - медийной. Именно медийные структуры определяют в настоящее время приоритеты аудитории, фактически формируя ее спрос - культурологический, деловой, эстетический и т.д. Новейшие медийные технологии практически избаловали зрителя, слушателя и читателя высокой оперативностью и большим объемом информации. Подобная ситуация позволила говорить об «эффекте привыкания» аудитории к боли и страданиям других людей; о том, что реальная война становится некой «виртуальной реальностью», и т.п.

Вместе с тем и политическая ситуация, и экономические проблемы, которые делают прессу ангажированной, и давление, которое оказывается на журналистов различными структурами, не должны заслонять собой вопросы профессионального мастерства владения языком, качества материалов новых медиа. Представляется актуальным, что речь в данном случае должна идти именно о текстовом оформлении того или иного сообщения, документального по природе и авторизованного по изложению.

Работа журналиста по созданию материала в современной теории коммуникации определяется как текстовая деятельность. Объектами этой деятельности является реальное событие – медиасобытие и последующее создание медиатекста. Медиасобытие трактуется как «модель действительности, полученная в процессе деятельности журналиста.

Медiateкстом называют синтез фактологии, материалов творчества, личностных приоритетов журналиста и форматов издания или канала СМИ.

Безусловно, современный медiateкст ориентирован на массового потребителя и предполагает использование приемов, характерных для современных массовой коммуникации: это и интертекстуальность, и элементы саморекламы, и монтажа, и, конечно же, приемы тиражирования. Кроме того, журналистский текст, являясь частью текстов культуры, имеет современную мировоззренческую основу, где язык является не просто медиатором получения новой информации о мире, о событиях, которые в нем происходят, но и своеобразным камертоном этой информации. Теоретики СМИ, понимая характер инноваций в мире и прессе, все чаще переносят акцент осмысления роли прессы как социального института, функционирование которого определяется общественно-политической ситуацией, на исследование медиадискурса (текста СМИ, взятого в событийном аспекте, в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными факторами).[1]

Современные СМИ используют прием максимальной стандартизации текстов. В особенности это относится к информационным жанрам печати и ТВ. Что касается радио, то здесь языковые конструкции сегодня так же «сформатированы», как и основополагающий принцип деятельности радиовещания. Форматную сферу медiateкстов можно распределить по нескольким направлениям:

1. Информационные тексты, носящие характер дайджеста;
2. Тексты печатных и эфирных сообщений, базирующиеся на пресс-релизах с минимальным набором выразительных средств;
3. Тексты рекламных сообщений, носящие экспрессивный характер;
4. Промежуточные, унифицированные тексты ТВ и радио: приветствие аудитории, «подводки» к видеосюжетам, интерактивное общение радиоведущего со слушателями, и т.д.
5. Импровизированный синхронный текст интерактивного общения ведущего эфира ТВ и радио с аудиторией – ток-шоу, конкурсы, и т.д. Стандартность языковых ситуаций в этом случае приводит к созданию устойчивой модели речевого общения. Коммуникация проходит при высокой темповой характеристике речи ведущего. Логика в последовательности вопросов не только не присутствует, более того не - не приветствуется. Стиль общения устанавливается ведущим и характеризуется как интерфункциональный, т. е. представляет собой своеобразную контаминацию разговорного, книжного, нейтрального, просторечного стилей и жаргонной лексики.

Незыблемое правило журналистики – добиться такого уровня четкости и конкретности материала, который был бы в состоянии обеспечить адекватную передачу сообщений, то есть без искажения идеи, без семантических и психоэстетических деформаций, без потери даже самых незначительных оценочных нюансов. Конечно же, создание журналистского текста – процесс творческий, большую роль играет авторское видение и понимание проблемы, его суждения и выводы, но безудержное стремление оригинальничать, субъективировать изложение фактов, экспериментировать с лексическим материалом будет явно не к месту. Различные текстовые модели реализуются в соответствующих типах языка: общепринятом и индивидуальном, авторском. Первый – это язык повседневной коммуникации, средств массовой информации, публицистики; второй – язык оригинальных, только данному автору свойственных стилистических средств [2].

Письменные тексты, как известно, классифицируются по способам изложения и видам следующим образом: повествование, описание, рассуждение. В повествовательном тексте рассказывается о каких-либо событиях и фактах последовательно, с отражением происходящего во времени. Описательный текст нацелен на воссоздание картины

реальной жизни, возможно, с тщательной прорисовкой отдельных фрагментов и эпизодов. А текст, в котором доминирует аспект рассуждения, содержит исследование предметов и явлений, обосновывает какие-либо положения с привлечением других, полностью или частично уже обоснованных положений и утверждений, то есть путем аргументации. Применение рассуждения приемлемо в первую очередь для аналитических публикаций. Диалектически с видовыми характеристиками письменных текстов связаны методы их построения. Так, материалы из группы информационных жанров, как правило, создаются с предельно рациональным и экономичным расходом текстообразующего материала, минимальными интертекстуальными включениями, ровной стилевой организацией. Здесь прежде всего ставится задача добиться наибольшей полноты осуществления коммуникативного акта.

У методов построения аналитических текстов – иная специфика. Согласно концепции А. Тertyчного, выделяются, во-первых, методы познавательно-ориентированного построения: фиксация какого-нибудь отдельного факта, описание взаимосвязанных явлений, фиксация всего познавательного акта и, наконец, описание «схемы» доказательного рассуждения. Во-вторых, выделяются методы коммуникативно-ориентированного построения текста: обусловленные представлением о соответствии текста ожиданиям аудитории, обусловленные представлением о способах и формах отражения действительности, ожидаемых аудиторией [3].

Схема действий автора выглядит следующим образом. Исходя из поставленной задачи написания именно журналистского текста, он выбирает сначала соответствующий тип речевой деятельности. В данном случае единственно возможный вариант – язык повседневной коммуникации, без труда понимаемый читательской аудиторией. Затем, конечно с учетом жанрового фактора, стремится в общих чертах наметить видовую модель будущего текста, что во многом обуславливается характером собранного эмпирического материала. Наконец, автор подыскивает конкретный метод его конструирования.

Однако современная практика, например, телевидения, показывает, что сегодня часто приходится сталкиваться с заданностью, застывшей однажды определенностью текста и видеоряда. Простой, но весьма показательный эксперимент: мои студенты анализировали информационные сюжеты на одну и ту же тему, прошедшие в эфире различных телеканалов Алматы. Результат удивил студентов, но не автора этих строк: практически 100 - процентная аудиолингвовизуальная идентичность! Различие только в фамилиях корреспондентов и операторов. И этому есть адекватное объяснение: современные медиатексты ТВ в большинстве своем формируются из стандартных языковых конструкций пресс-релизов, которые являются основополагающими для журналиста. Таким образом весьма проблематично говорить о совершенствовании и развитии медийного словаря – жесткие рамки новостных сюжетов диктуют соответствующий шаблон и «клишированность» текстов.

В настоящее время все большее количество исследователей испытывают сомнения относительно положительных качеств средств коммуникации. Как пишет профессор Ольга Колыхалова в статье “Язык и права человека в современном мире” [4], эти сомнения коренятся в том, что живой контакт с истинными культурно- значимыми феноменами утрачивается, полноценное усвоение информации замещается адаптированными, упрощенными формами; активное отношение к информации вытесняется ее пассивным потреблением, регламентированным и нормированным восприятием. Средства массовой информации под маской массового просвещения стали формировать унифицированное мировоззрение, усредненные модели мира путем внедрения в сознание людей не системных знаний, а суммы специально подобранных и **тщательно организованных** (выделено мною – С.В.) сведений. При этом информационная насыщенность подменяется занимательностью, что, безусловно, формирует облегченное отношение к любой

информации. Формируется упрощенное представление о мире, что способствует возрастанию социального инфантилизма.

Еще Ю.М.Лотман отмечал: «Преобразование события в текст означает пересказ его в системе того или иного языка, т.е. подчинение его определенной заранее данной структурной организации. Событие, ...будучи пересказанным средствами языка, неизбежно получает структурное единство. Единство это, принадлежа лишь плану выражения, неизбежно переносится на план содержания. Таким образом, сам факт превращения события в текст повышает степень его организованности. Более того - система языковых связей неизбежно переносится на истолкование связей реального мира»[5]. Сегодня к этому определению вполне можно добавить: система языковых связей **формирует** (выделено мною - **С.В.**) истолкование реальных связей реального мира. И если словарь журналиста убог и однообразен, взят из других текстов и сообщений, начинают говорить о предвзятости прессы, об ангажированности изданий, о непонимании той или иной проблемы и в конечном итоге - о непрофессионализме журналиста.

В современной коммуникационной ситуации журналистика должна тщательно следить за созданием текстов, содержащих дефиниции философии, политологии, культурологии и т.д. Это связано и с общей культурой каждого отдельного журналиста, и не в последнюю очередь - с тиражированием медиатекстов.

Развитие языка современных СМИ связано с ярко выраженным динамизмом, существенными изменениями норм речевого поведения и правил языковой эстетики. Журналист с самого начала постижения специальности всегда ориентирован на публичную вербальную активность. Вместе с тем, в публичной коммуникации многие обладают сниженным или неустойчивым знанием литературной нормы. Однако литературная норма сегодня - вопрос достаточно растяжимый. Современный журналист озабочен прежде всего тем, чтобы увидев (услышав, прочитав) его, аудитория бы запомнила его имя надолго. В этой связи требование коммуникативной успешности при установлении контакта с максимально широкой аудиторией обуславливает усредненность используемых языковых средств. А некоторые исследователи даже ставят тексты современных СМИ в один ряд с «второсортной литературой», говоря о некоей «массовости» языка СМИ. И это не стилистическая тавтология, а констатация реального положения вещей.

Использование новых форм вещания - программы прямого эфира, спонтанные интервью, интерактивное общение с собеседником активизирует речевое взаимодействие, делает общение более непринужденным, раскованным. С одной стороны, язык СМИ всегда был своего рода образцом языка для аудитории. С другой - принимая во внимание сиюминутность, спонтанность, однотипность речевого сообщения, сегодня можно говорить о таких необходимых качествах языка, как наглядность, точность, образность, и т.д., и в то же время – об эксклюзивности, небанальности и даже афористичности.

Сегодня большинство СМИ ориентировано на развлечение аудитории. Вместе с тем недопустимо сводить язык журналиста к ненормативной спонтанной лексике, которая к тому же не настолько богата, чтобы не запутаться в собственном языке. Сегодня в язык СМИ вошли разговорные, жаргонные, арготические элементы, что затрудняет процесс коммуникации и делает его однобоким и примитивным.

Гносеологическая сложность документализма или «правды жизни» заключается в том, что для журналиста это- метод отображения при помощи достоверных сведений, невымышленных событий, явлений, основанных на познании действительности журналистом. Для аудитории документализм, информация - это способ познания и действительности, и познавательных процессов журналиста. Поэтому журналист должен быть не просто «передатчиком информации», «диджеем», «ведущим эфира» или еще кем-то. Журналист должен быть эксклюзивной языковой личностью, способной адекватно отражать новые методы и способы работы в эфире. Пока создается ощущение, что не

журналист формирует эфир, а эфир поработает журналиста, превращая его в «текстовую озвучку». Здесь можно упомянуть и о профессиональном умении применять язык **универсальный**, предполагающий воздействие на самую широкую аудиторию, которая, в свою очередь, имеет различное воплощение речевой культуры.

На современном этапе представляется необходимым обучать студентов-журналистов работе с кодифицированной современной лексикой, регулируемому речевому поведению. Речь идет о соблюдении норм универсального языка, самоконтроле за использованием языковых средств, изучении феномена «разговорного литературного языка». Подобный «конвергентный язык», как нам кажется, вполне имеет право на следующую дефиницию: «Структурированная языковая конструкция, имеющая композиционное единство, последовательность изложения и обладающая контролируемой экспрессивностью».

Как это ни парадоксально, но сегодня абсолютно каждый текст стремится выразить какие-то чувства. И как бы ни протестовали против эмоциональности журналистики теоретики, современный зритель не хочет видеть равнодушного журналиста. Пусть ему дадут пищу для размышлений - продемонстрируют то, что почувствовал автор при создании того или иного сюжета, а согласиться или возразить - решит он, потребитель этого продукта. Только при наличии такого «диалога» - коммуникации на уровне чувств и ощущений - можно говорить об эффективности текстов СМИ и полноценном функционировании медийного словаря.

Список литературы:

1. Сметанина С.И. Медiateкст в системе культуры. СПб, 2012
2. Варганова Е.Л.: Новые медиа как фактор модернизации СМИ// [Электронный ресурс]
Режим доступа:
<http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>
3. Тertyчный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. - М., 2010
4. Колыхалова О.А. Язык и права человека в современном мире//[Электронный ресурс]
Режим доступа: <http://www.hrinsitute.ru/kolyh.html>
5. Лотман Ю.М. Текст и функция // Избр. статьи: в 3-х тт. Т.1. Таллин, 1992. - С. 99

М.К. Камысбаев

АО МУИТ, доктор экономических наук, профессор

ИНТЕГРАЦИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ – ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

В статье приведены данные о выпуске сельскохозяйственной продукции в Казахстане. Проведен анализ отраслей сельскохозяйственного сектора экономики. Приведены результаты проведенных аграрных реформ в стране. В результате проведенных исследований выявлена не достаточная эффективность предприятий аграрного сектора. Выявлена неразвитость инфраструктуры рыночного механизма хозяйствования в сельском хозяйстве. Предложено применение диверсификации для повышения эффективности предприятий аграрного сектора. Обосновано применение диверсифицированно-интегрированной организации хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: сельское хозяйство, эффективность, диверсификация, интеграция, агропромышленный комплекс.

По итогам 2018 года валовый выпуск аграрной продукции составил 4,47 трлн тенге. Данный объем выпуска продукции сопоставим с половиной выпуска обрабатывающей промышленности Казахстана. В разрезе отраслей аграрного сектора экономики 54%

приходится на растениеводство, оставшаяся часть – на животноводство [1].

Около половины сельскохозяйственной продукции в Казахстане производится хозяйствами населения, около 30% крестьянскими и фермерскими хозяйствами и немногим более 20% сельхозпредприятиями.

Выпуск продукции в растениеводстве на 39% формируется крестьянскими и фермерскими хозяйствами, 31% обеспечивают сельхозпредприятия и 30% хозяйства населения.

Выпуск продукции в животноводстве на 71% зависит от хозяйств населения, 15% дают крестьянские и фермерские хозяйства и 13% приходится на сельхозпредприятия. Такая непропорциональная структура рассматриваемой отрасли сложилась в результате реформ 90-х годов. Кроме того, личные подсобные хозяйства населения на селе были достаточно распространенным явлением по типу дач в пригородных зонах.

Проведенные аграрные преобразования в Казахстане определили изменения в юридической и организационной форме хозяйств, была создана новая структура: сельскохозяйственные предприятия (в форме ТОО, АО, ПК), крестьянские хозяйства. Предполагалось, что в результате формирования многоукладной экономики в агропромышленном производстве, возникновения большого количества частных товаропроизводителей, развития внутриотраслевой конкуренции сельское хозяйство будет высоко рентабельно.

Однако, только изменение отношений собственности без создания необходимых экономических мер государственной поддержки на начальном этапе не сопровождалось формированием целостного хозяйственного механизма, не выявило лучшей организационно-правовой формы, которая оказывала бы существенное влияние на уровень экономической эффективности производства.

К тому же не были сформированы рынки средств производства и услуг, кредитования, каналы реализации продукции сельского хозяйства, не развита инфраструктура рынка. Не учитывалось, что конкурентоспособность отраслей сельского хозяйства зависит от множества внутренних и внешних факторов:

- состояния развития отраслей промышленности, обеспечивающих средствами производства;
- наличия паритета цен на средства производства и продукцию сельского хозяйства;
- уровня функционирования перерабатывающих и обслуживающих отраслей;
- развития кооперации и интеграции, состояния взаимоотношений между отраслями.

Создание сельскохозяйственных формирований не было ориентировано на потребности рынка, что и привело к снижению эффективности их производств; снизилась концентрации производства; изменилась отраслевая структура хозяйств; сократились площади, находящиеся в пользовании сельхозтоваропроизводителями, соответственно в большинстве случаев сложились мелкие сельхозпредприятия и крестьянские хозяйства; уменьшились размеры землепользований в расчете на 1 хозяйство.

На основе исследования литературных источников выявлено то, что степень эффективности функционирования предприятий зависит от уровня диверсификации. Чем больше многообразия форм диверсификации, тем значительно выше эффективность производства.

Кроме этого выделяются четыре основных вида положительного влияния диверсификации на эффективность производства: 1) увеличение доходов; 2) снижение расходов; 3) уменьшение налоговых отчислений и 4) сокращение затрат на основные средства.

Первый указанный эффект достигается за счет совершенствования менеджмента, что усиливает рыночные позиции предприятия. Снижение расходов за счет

диверсификации, предполагающей объединение производственной деятельности, возникает за счет масштаба производства. Уменьшение налоговых отчислений наблюдается за счет вычитания убытков дочерней фирмы из полученной головным предприятием налогооблагаемой прибыли. Уменьшение капитальных затрат происходит в результате использования не применяемого ранее потенциала присоединяемого предприятия, включающего транспортные услуги, услуги за переработку продукции и прочие.

Указанные конкурентные преимущества возникают при слиянии предприятий. В настоящее время актуальна проблема интеграции предприятий перерабатывающей промышленности с сельскохозяйственными товаропроизводителями и реализационной сетью. Так как поскольку отсутствие импортного сырья остро поставило перед отраслью переработки проблему поиска новых путей взаимодействия с сельхозпроизводителями и загрузки производственных мощностей отечественным сырьем [2].

Современную ситуацию в аграрном секторе экономики Казахстана можно охарактеризовать несколькими моментами: перерабатывающие заводы ощущают недостаток сырья и функционируют не на полную производственную мощность, в условиях жесткой конкуренции за поставщиков сырья, многие из них не имеют инвесторов.

Для создания конкурентной среды при закупке сырья для производства продукции необходимо обеспечить функционирование системы выбора поставщика сырья, которая позволит достичь максимальную эффективность крупных и средних сельскохозяйственных предприятий.

Предлагаемый нами выбор на конкурсной основе осуществляемой МСХ РК надежных и эффективных партнеров способствует заключению долгосрочных контрактов. Это стимулирует стратегические процессы управления и взаимодействия с сельхозпроизводителями сырья, что позволяет, с одной стороны, повысить устойчивость влиянию факторов нестабильной экономической среды предприятий пищевой промышленности и, с другой, - улучшает финансово-экономическое положение казахстанских сельскохозяйственных предприятий.

При этом возникает мультипликационный эффект развития сопряженных с третьей сферой АПК отраслей аграрной сферы – непосредственных производителей сельскохозяйственной продукции.

Заключение долгосрочных взаимовыгодных контрактов с сельхозпроизводителями по предлагаемой схеме, позволит перерабатывающим предприятиям до завершения срока контрактов осуществлять совместную деятельность по повышению качества выпускаемой сельскохозяйственной продукции. Требования по качеству продукции должны быть отражены в контракте. Начатая совместная деятельность будет базисом для создания в перспективе диверсификационно-интеграционной структуры предприятий переработки производителей сырья. Это все позволит создать надежную сырьевую базу в соответствии с рисунком 1.

Из приведенного рисунка видно, что каждая составляющая в системе создающейся структуры является самостоятельной формой институциональной диверсификации, преследующей свои производственные, финансовые цели в перспективе. Возможность реализации указанных приоритетов в совокупности позволяет достичь главную цель - эффективного стабильного функционирования всех субъектов диверсификационной структуры.



Рисунок 1 – Формирование интеграционно - диверсифицированной структуры АПК Казахстана

Выше указанная стратегия диверсифицированно-интегрированной организации хозяйствующих субъектов в рамках системы АПК способствует решить следующие важные проблемы:

- наличие стабильной сырьевой базы предприятий пищевой промышленности и повышение конкурентоспособности их продукции;
- эффект экономии на издержках за счет выбора наиболее оптимального варианта поставок;
- развитие интеграционных процессов с поставщиками сырья для обеспечения стабильной устойчивости в условиях изменчивости внешней среды;
- отсутствие посредников между сельхозтоваропроизводителями и перерабатывающими предприятиями;
- улучшение финансово-экономического положения сельхозтоваропроизводителей за счет получения стабильного рынка сбыта.

На первом этапе интеграция осуществляется через перекрестное владение акциями либо предоставление акций перерабатывающих предприятий сельхозпроизводителям. Затем при условии высокой эффективности совместной деятельности создается новое юридическое лицо по согласованию сторон, включающее перерабатывающее и сельскохозяйственное предприятия различных форм собственности.

Все это может происходить в форме слияния двух предприятий или поглощения перерабатывающим предприятием сельскохозяйственного. В итоге, результатом такой интеграции станет крупная корпорация, которая в соответствии с требованиями перерабатывающего производства осуществляет производство сырья необходимого

качества и спецификации. Оно может заниматься выращиванием зерна, подсолнечника, молочным или мясным животноводство.

Объединение с предприятиями - производителями сырья обеспечит перерабатывающему предприятию экономию на издержках. Это позволит ему осуществлять инвестирование в перевооружение собственных основных фондов и развивать производственно-технологическую базу сельского хозяйства. Затем осуществляется переход к следующему этапу реформирования предприятия - внедрению гибких систем стратегического менеджмента. Большая часть современных предприятий применяет стратегии концентрированного роста, в период становления предприятия. В этот период определяется стратегия развития, выбор политики и тактики поведения, формируется стиль управления характерный для растущего предприятия.

В соответствии теории гибкого развития диверсификация предприятия, предполагающая непрерывное расширение номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции, является основным условием повышения гибкости и финансовой устойчивости предприятия в нестабильной экономической внешней среде.

В связи с этим, на данном этапе развития интеграционно-диверсифицированной структуры ее стратегическая цель должна сочетаться в направлении совершенствования технологии производства и создания новой высококонкурентоспособной продукции. Все это может быть реализовано только в результате реструктуризации или гибкого развития сельскохозяйственного предприятия.

Список литературы

1. <https://stat.gov.kz/official/dynamic>. (дата обращения 25.11.2019 г.)
2. Камысбаев М.К. Проблемы диверсификации агропромышленного производства Казахстан. – Алматы, 2010, Научно-издательский центр Каз НТУ им.К.И.Сатпаева. – 281 стр.

Д.Б. Кыдырбекулы

доктор политических наук, профессор МУИТ

ЗНАЧЕНИЕ РАБОТ АЛЬ-ФАРАБИ В УСЛОВИЯХ ИСЛАМОФОБИИ

В современном мире философия Абу Насра Аль-Фараби вызывает довольно противоречивые доводы. Представители крайних исламистских течений считают его интеллектуальное наследие противоречащим исламу идеями. С другой стороны, представители крайних националистических течений (стоящих на атеистических или проязыческих позициях) считают, что он представитель чисто арабской или арабомусульманской культуры. Как на самом деле выглядят его учения?

Идеи и убеждения Аль-Фараби формировались в ходе его жизненного опыта. Абу Наср Мухаммед ибн Мухаммед ибн Узлаг Аль-Фараби Ат-Турки родился в 870 году в городе Фараб (а точнее в селении Висидж близи Отрара), где он провел свое детство и получил первоначальное образование. В то время Фарабом назывался древний город Отрар. Затем он стал перемещаться из города в город – сначала в Шаш, а затем в Самарканд, Хиву и Бухару, где он подрабатывал и совершенствовал свои знания. Здесь он начал писать свои трактаты о музыке и добродетельном городе. Затем он отправился в Багдад, столицу и культурный центр Арабского халифата. По дороге он посетил ряд городов – Кабул, Тегеран, Хамадан, Исфahan.

В Багдаде Аль-Фараби осваивает разные науки и греческий язык. Немаловажную помощь ему в изучении греческого языка и греческой философии оказали местные христиане-несторианцы. Еще находясь в Отраре, он посещал знаменитую библиотеку, где он имел возможность читать разные книги. Опираясь на первоначальные знания, он с легкостью освоил логику и медицину. После длительного пребывания в Багдаде, Аль-

Фараби в 941 году перебирается в Дамаск, где проводит остаток своей жизни. Незадолго до своей смерти он посещает Каир.

В своей философии Аль-Фараби старается диалектически соединить противоречивые элементы, что отражает его объективный взгляд и позицию на окружающий мир. Именно его трезвое рассуждение вызывает нападки разных религиозных и псевдорелигиозных сил, как прошлого, так и современности, на его философию, якобы отрицающий и критикующий Бога.

Аль-Фараби при всем своем объективизме и научности не был атеистом. В частности, он видит религию как добродетеля в человеческом обществе. При этом он говорит, что все состояние в обществе портится обычным невежеством, и в первую очередь невежественным правителем. И это явление происходит во все времена истории человечества. Если это перевести в категорию развития современного общества, то здесь уже становится ясным, что невежество как большой порок является причиной создающихся социальных и экономических проблем, преступности и войн. Невежество в свою очередь есть недостаток образования, знаний, опыта и подхода. Именно невежество является плодотворной почвой для манипулирования и злоупотребления властью в обществе и государстве. Это в свою очередь показывает, что природа человека за тысячелетия практически не меняется.

Рассматривая его отношение к Богу, нужно сказать следующее. Откровения от Бога – это то, что идет людям, и в первую очередь правителям. Аль-Фараби убежден, что наука и теория подходит ко всем – и Богу, и духовным лицам, и душевному достоинству каждого человека. Каждая вещь к Богу идет через теоретическое воззрение (знание, предположение и убеждение на его основе).

Религия, по его мнению, состоит из двух частей – установление воззрения и определение поступков. Религия становится заблудшей, если нет в нем воззрения, при помощи которой выражается и доказывается ее сущность. Существование религиозных и псевдорелигиозных сект на протяжении всей человеческой истории показывает, что в них отсутствует теория и воззрение. Следовательно, у них базовое знание, даже если и есть, искажается доминированием субъективных предположений или фантазий, в которые они часто верят.

По Аль-Фараби, добродетельная религия подобна философии. И он убежден, что практическая часть религии есть практическая часть философии. В целом, можно сказать, что религия следует философским принципам. Ведь любая религия имеет свои каноны, исходящие от Бога. Это означает, что любое священное писание содержит в себе философский подход и смысл.

Аль-Фараби приходит к выводу, что во всех действиях человека присутствует Бог. Человек должен познать все то, что сотворил Бог. И тогда будет гармония. Тогда возникает вопрос, как Аль-Фараби воспринял учения Аристотеля, если последний жил в эпоху многобожия?

Говоря о Боге, Аристотель, скорее всего, рассматривал сущность одного из богов. Им мог быть либо Зевс, либо Посейдон, либо еще кто-то. Но он рассматривает Бога как абстрактное философское существо, который есть Абсолют. По мнению Аристотеля, Бог не материален, но Он не мыслит природу, и замкнут в себе, что говорит об этом великом философе как действе. Его оппонент, философ Ксенофан был пантеистом, впервые в античном мире заявивший о возможности монотеизма. Суть единого Бога по Ксенофану – это активное Его присутствие и мышление в мире. Другой его оппонент, Платон был политеистом, но спустя века неоплатонизм из платоновского политеизма трансформировался в монотеизм.

Аль-Фараби также упоминает о философе Зеноне, который был учеником Аристотеля. Исходя из трактовки христиан, Аль-Фараби выявляет монотеистичность взглядов Зенона. В этом тексте он Бога называет Сущим. При этом он выявляет шесть

аспектов: доказательство существования Сущего, качество Сущего, отношение вещей к Сущему, пророчество, религиозный закон, и загробная жизнь.

Советская наука показывала Аль-Фараби близким к материализму, а его оппонента Абу Хамид Аль-Газали реакционным врагом всего объективного мира. На самом же деле, обстояло все не так. Аль-Газали придерживался платонизма и был суфистом. Аль-Фараби придерживался аристотелизма, и не был мистиком, из-за чего его противопоставили суфиям. Тем не менее, несмотря на отсутствие мистицизма в его учениях, Аль-Фараби частично был близок к суфизму. Во всяком случае, он не проявлял враждебности этому философскому течению в исламе. С суфизмом его сближало наличие в его теориях пантеизма, которого он придерживался. На это, вероятнее всего, повлияло его происхождение. Отец Аль-Фараби был тюркским военачальником. И тюркская среда, в которой он рос, дала ему первоначальные знания об окружающем мире, где главным является Тенгри. В своих трактатах Аль-Фараби, исходя из позиции монотеизма, вместо слова Тенгри использует Аллах как синоним. Также он Бога называет Всевышним, Первопричиной, Первым Единым, Первым Сущим и т.п.

Древняя религия тюрков – тенгрианство, которое после своего исчезновения трансформировалось в философию, мировоззрение и образ жизни тюркских народов, была близка к деизму, а именно создание мира Богом, но предоставление Им самоуправления миром самим Божьим созданиям (природа, флора, фауна, человек), а также критическое отношение к догматизму. Кроме того, тенгрианству также присущ и пантеизм. В степных условиях пантеизм плавно перешел в монотеизм, а в лесных условиях усилился деизм, перешедший в политеизм. Аль-Фараби, изучив, сравнив и диалектически рассмотрев аспекты пантеизма и деизма, также приложил их в своих учениях, но под началом Единого Бога.

Придерживаясь аристотелизма и частью неоплатонизма, Аль-Фараби в определенных моментах допускает элементы деизма, но это касательно того, что душа существует, пока существует тело, т.е. в состоянии неотделимой до смерти связи между собой. Это означает, что пока живой человек творит, Бог не всегда вмешивается или же не спешит вмешаться. При этом разум человека он относит к проявлению Духа Божьего. Любое действие человека требует предварительного анализа. Таким образом, деизм проявляется как отрезок общего бытия, выраженной одной человеческой жизнью. Аль-Фараби твердо убежден, что первопричиной и основой всего живого и неживого является Бог, присутствующий всюду.

Школу Аристотеля называют перипатетизмом, а сторонников этой школы – перипатетиками. Аль-Фараби был основателем восточного перипатетизма. Кроме него, в основании и развитии этого направления участвовали Абу Юсуф Якуб Аль-Кинди, Абу Али ибн Сина, Абу Бакр Мухаммед ибн Туфайль, Абуль Валид Мухаммед ибн Рушд. Главной особенностью восточного перипатетизма был теоцентризм, суть которого заключается в концентрации мира вокруг Бога.

В науке Аль-Фараби предшествовали Абу Мухаммед ибн Муса Аль-Хорезми и Абу Райхан Аль-Бируни. Немалый вклад в развитие науки внес знаменитый арабский путешественник Абу Абдулла Мухаммед ибн Баттута, оставивший сведения о народах и странах, которые он посетил. В эту, и последующие эпохи в средневековой мусульманской поэзии творили поэты Абу Абдулла Джафар Рудаки, Абулькасим Фирдоуси, Омар Хайям, Джалаладдин Руми, Муслихиддин Саади, Абдурахман Джами, Насир Хосроу, Амир Хосроу Дехлеви, Низами Юсуф Гянджеви, творившие на персидском языке. На тюркском языке писали Юсуф Баласагуни, Ходжа Ахмед Яссави, Алишер Навои, Захириддин Бабур. Мирза Улугбек Мухаммед Тарагай прославился как астроном и поэт. Махмуд Кашгари писал, как на тюркском, так и на арабском языках. Кади Бурханеддин Ахмед, Ахмедпаша Велиуддиноглы, Иса Неджати, Ашик Челеби, Сеид Имамуддин Насими и Мухаммед ибн Сулейман Физули также писали на тюркском и

персидском языке. Среди историков, писавших на персидском и тюркском языках, были Рашидаддин Хамадани, Мухаммед Хайдар Дулати, Ахмед Ашикпашазаде, Абульгази Бахадурхан.

Философию Аль-Фараби можно сравнить с философскими взглядами поэтов средневекового мусульманского Востока. Один из них, Омар Хайям, в стихах излагал свои философские мысли. Обладая поэтическим даром, он в то же время отлично знал Коран, философию, мусульманское законодательство, а также астрономию и математику. И один из его стихов звучит так: «Я молюсь и Аллаха понять не пытаюсь, Сущность Бога способен понять только Бог». В целом, философы и поэты испытывали нападки со стороны фанатичных религиозных клерикалов, обвинявших их в вероотступничестве. Религиозная фанатичность была всегда вызвана именно невежественностью, полуграмотностью и весьма ограниченным багажом знаний человека.

Аль-Фараби при всей своей симпатии к религии отделяет гражданскую науку от религиозной. Религия выполняет этическую функцию, контролирующей человека в соблюдении порядка, установленного Богом (именно Богом, а не клерикальной элитой). Человек при этом имеет самоконтроль. Гражданская политика предусматривает теорию как знание, а практику как опыт.

Таким образом, признавая Бога, Аль-Фараби никоим образом от Корана не отстает. Вторая сура (269 аят) Корана *Аль-Бакара* гласит: «Аллах дарует мудрость тому, кому пожелает, чтобы он был справедлив в речах, поступках и делах. Кому дарована мудрость, тому даровано великое благо от Аллаха. Только разумные люди понимают знамения Аллаха и следуют знамениям и увещаниям Корана, потому что хорошо понимают истину и не поддаются скверным страстям». Изучая работы Аль-Фараби, приходим к выводу, что он и другие ученые и поэты мусульманского Востока следовали именно этому канону ислама.

С распространением ислама в ходе арабских завоеваний, образования Арабского халифата, миссионерской деятельности купцов и дервишей, ислам перестал быть религией только лишь арабов. Это связано не только с принятием ислама другими народами. Прежде всего, это восприятие арабами культуры и достижений завоеванных местных народов, которые стояли на более высоком уровне развития. Материальная и духовная культуры были на подъеме. Разрушенные арабскими завоевателями города быстро застраивались самими завоевателями при использовании местной инженерии. Знаменитый сборник сказок «Тысяча и одна ночь» был создан на основе культуры завоеванных народов. Будучи империей, Арабский халифат тянул неарабские таланты в центр формирования новой цивилизации. Ислам стал не только религией, но и конгломератом культур всех народов, исповедующих ислам.

Западная и европоцентристская наука и политика ошибочно или заведомо отождествляли исламскую культуру с арабской. Арабский язык был официальным языком не только религии, но и науки. Арабоязычие мусульманских ученых никак не означал их принадлежность только к арабскому миру. Они стали достоянием не только мусульманского мира (куда входят регионы их происхождения), но и всего человечества. Это был их огромный вклад в мировое развитие науки и производства. Поэтому, доводы некоторых националистических идеологов, что они достояние лишь одного арабского мира, совершенно некорректны.

Аль-Фараби жил в эпоху расцвета науки и культуры мусульманского Востока. Это время назвалось Золотым Веком Ислама или Мусульманским Ренессансом длившейся с 8 по 13 века. Его наиболее значимая работа «Добродетельный город» рассматривает структуру общества в иерархии от Бога до человека. При этом он убежден, что справедливость идет от Бога. Здесь также он доказывает основную суть ислама, что Бог не только Един, но и не имеет никаких сотоварищей. И продолжая свои мысли о Боге, Аль-Фараби говорит, что Бог существует в своей сущности и особом бытии. Бог есть Истина и

Жизнь, Всевышний и Всезнающий, Мудрый и Живой. Чем это не доказательство того, что Аль-Фараби был истинным мусульманином?

Спустя века, когда мусульманский Восток стал приходить в упадок, суть Корана и слова пророка Мухаммеда о ценности знаний стали искажаться светской и религиозной элитой исламских стран в сторону узкокорыстных интересов, что стало использоваться внешними империалистическими силами для колониального и полуколониального господства и порабощения. Если арабский мир недостаточно освоил мусульманскую веру и этику за все время существования ислама в отличие от других мусульманских регионов, то мусульманский мир в целом, также не извлек себе пользу из учений Аль-Фараби и других ученых мусульманского средневековья. Но, в то же время, этичность и меритократичность идей Аль-Фараби, отраженные в «Добродетельном городе», стали достоянием мирового демократического развития, особенно в строительстве гражданского общества и правового государства. Таким образом, «Добродетельный город» есть идеальное общество, но не утопия.

Таким образом, в своих работах Аль-Фараби определяет, как константы в развитии человеческой мысли, так и устаревшие подходы, освоенные из философии Аристотеля. Устаревшие подходы он перерабатывает и обновляет в соответствии со временем и эпохой. Диалектически и критически рассматривая философские категории, он следовал аристотелевской золотой середине, где он сочетал, соединял и приводил к компромиссу крайние взгляды. Такой подход наблюдается не только в философских, но и в его социальных и этических трактатах, поскольку они прямо или косвенно касаются политического управления государством и обществом.

Список использованной литературы

1. Аль-Фараби. Философские трактаты. Алма-Ата, 1970
2. Аль-Фараби. Социально-этические трактаты. Алма-Ата, 1973
3. Аль-Фараби. Историко-философские трактаты. Алма-Ата, 1985
4. Аль-Фараби. Естественно-научные трактаты. Алма-Ата, 1987
5. Аль-Фараби. Трактаты о музыке и поэзии. Алма-Ата, 1993
6. О логическом учении Аль-Фараби. Алма-Ата, 1982
7. Социальные, этические и эстетические взгляды Аль-Фараби. Алма-Ата, 1984

Н.Ю.Кифик,

декан факультета Физической культуры, Спорта и Туризма, к.п.н.

В.В.Бежина, ассоциированный профессор

кафедры иностранных языков, доктор философии

Р.К.Бекмагамбетов,

руководитель аппарата, к.и.н.,

Костанайский государственный педагогический университет им. У. Султангазина

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ПО УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ В КОСТАНАЙСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ ПЕДАГОГИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИМ. У СУЛТАНГАЗИНА

Аннотация: статья дает возможность познакомиться с возможностями образовательной среды в Костанайском государственном педагогическом университете им. У Султангазина, влияющей на вопросы качества образовательного процесса. С этой целью описывается процесс разработки нормативных документов, процедура введения дисциплин в учебный процесс. Также делается акцент на технологии дистанционного обучения, используемых в вузе и его возможностях.

Процесс вхождения вузов Казахстана в европейское образовательное сообщество

реализуется по целому ряду направлений, Одним из таких направлений является участие вузов Казахстана в международных проектах по программе Эразмкс+ совместно с европейскими партнерами. Это является прекрасной возможностью для вузов Казахстана расширить границы образовательного пространства и возможности образовательной среды. Участие в подобных проектах позволяет сопоставить образовательные программы, выявить особенности в методиках преподавания, в подходах, в системах. Вторым проектом, в котором участвует Костанайский государственный педагогический университет им. У Султангазина совместно с рядом вузов Казахстана направлен на совершенствование обеспечения качества в обучении с использованием передовых технологий».

Для выявления общих тенденции в совершенствовании обеспечения качества обучения нами были описаны основные процессы, связанные с планированием и организацией учебного процесса. В частности, описана организация учебного процесса на основе разработанных документированных процедур, регламентирующих как учебный процесс в целом, так и отдельные его элементы (разработка силлабусов, УМКД и т.д.). Это «Организация и планирование учебного процесса» ПРО КГПИ 704-15[1], «Учебно-методическая работа» ПРО КГПИ 703-10[2].

Так, мы описали каким образом вводятся дисциплины в учебный план КГПУ. В данный процесс входят: наличие типового учебного плана, решения Ученого совета вуза, решения Научно-методического совета вуза о введении учебной дисциплины, а также запросов работодателей

Далее осуществляется разработка дисциплины. При разработке дисциплины учитывается: наличие типовой программы по дисциплине, при отсутствии таковой дисциплина разрабатывается на основе пререквизитов и постреквизитов и прогнозируемых компетенций по данной дисциплине.

Разработка дисциплины включает подготовку учебно-методического комплекса, состоящего из Syllabusa и УМКД (Учебно-методического комплекса по дисциплине [3].

Разработанная учебная дисциплина проходит следующие стадии утверждения:

1. рассматривается на методической комиссии специальности;
2. проходит апробацию на заседании кафедры;
3. рекомендуется методическим бюро факультета
4. утверждается научно-методическим советом института

По итогам утверждения дисциплина внедряется в учебный процесс.

В течение учебного года осуществляется определение оценки качества по итогам изучения конкретной дисциплины.

Мониторинг качества учебного процесса, оценка качества учебного процесса осуществляется:

- на основе данных проверок служб учебно-методического управления, отзывов студентов
- по результатам взаимопосещений и открытых занятий,
- оценок занятий комиссиями методических бюро факультетов,
- проверок УМКД (учебно-методического комплекса дисциплины и Электронного учебно-методического комплекса дисциплины);

критериями оценки качества проведения занятий являются:

- содержание занятия,
- методика проведения занятия, организация занятия,
- руководство работой обучающихся,
- педагогические данные преподавателя,
- результативность занятия;

критериями оценки качества учебного процесса являются:

- результаты текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации,
- отзывы потребителей,

- качество контрольных материалов
- качество оценки учебных достижений, обучающихся;
- статистический анализ учебных материалов
- анализ результатов тестирования

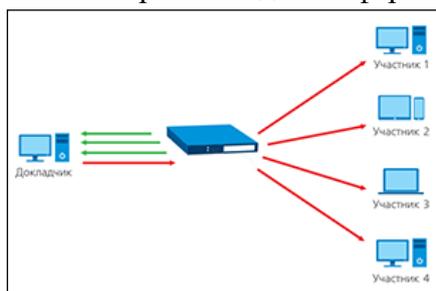
В Костанайском государственном педагогическом университете наряду с традиционным обучением внедрена и дистанционная система обучения, которая демонстрирует возможности электронных УМКД преподавателей, также комплекса разработанного дидактического материала по дисциплинам и комплекса записанных видео лекций по предметам. Видеоматериалы позволяют значительно улучшить методическую и теоретическую оснащенность учебного процесса и повысить качество системы обучения с использованием дистанционной образовательной технологии. Формат записи видеоматериалов разнообразный - это проведение онлайн-занятий, озвучка электронных презентаций, лекции на потоках, в аудиториях и т.д.

Все подготовленные материалы размещены на образовательном канале YOUTUBE [3]. Демонстрация разработанных преподавателями курсов осуществляется через систему дистанционного обучения MOODLE включающую в себя элемент для проведения видеолекций и консультаций в on-line режиме «BigBlueButton». Используя данный инструмент, преподаватель может проводить видеолекцию или вебинар в on-line режиме с любого компьютера подключенного к сети интернет.

Данная модель дистанционного обучения позволяет проводить как открытые лекции, вебинары с привлечением большого количества участников. Вебинар – это виртуальный семинар, организованный через интернет в режиме on-line. Во время вебинара каждый участник (и лектор, и слушатели) находятся за своим компьютером. Во время вебинара преподаватель может дать краткую характеристику предмета, отвечать на вопросы студентов, кратко осветить наиболее сложную тему курса или прочитать полноценную лекцию по предмету. Инструмент «BigBlueButton» дает возможность преподавателю контролировать количество участников на вебинаре, запускать и останавливать вебинар, демонстрировать презентации и документы (все форматы MS Office, OpenOffice, изображения .jpg, .png; а также документы .pdf, .djvu, .gs), рисовать, выделять текст при демонстрации презентации и документов, общаться в чате со всеми участниками вебинара или персонально.

Также для студентов, обучающихся по дистанционным образовательным технологиям используются разные виды видеоконференций:

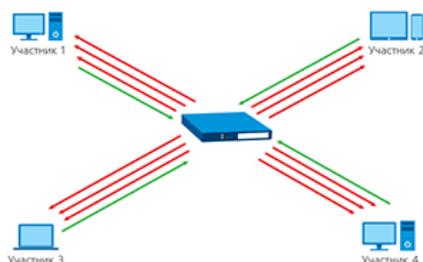
1 вариант видеоконференций:



Видеоконференции для дистанционного образования

Специальный режим, в котором все участники (ученики) видят и слышат только одного вещающего пользователя (преподавателя), а он видит и слышит всех учеников. Ученики не отвлекаются друг на друга, а преподаватель их контролирует.

2 вариант видеоконференций ориентирован не только на обучение студентов, обучающихся по дистанционным технологиям, но и на проведение on-line семинаров, конференций:



Так называют сеанс видеоконференции, в котором участвуют более 2 человек и все участники видят и слышат друг друга одновременно. Другими словами, это аналог круглого стола, где у всех равные права. Групповая видеоконференция подходит для встреч, где требуется максимальная вовлеченность каждого участника.

3 вариант Видеотрансляция Вид видеоконференции, в котором докладчик вещает на широкую аудиторию слушателей, при этом, он не видит и не слышит их. Остальные участники видят и слышат только докладчика. Обратная связь возможна только через текстовый чат.

Данные форматы используются в системе дополнительного образования (при проведении курсов повышения квалификации учителей школ, колледжей, вузов), при организации круглых столов, методических семинаров.

Таким образом анализ образовательной среды вуза, анализ используемых алгоритмов действий по контролю качества образовательного процесса позволит наметить точки соприкосновения при разработке совместных действий в рамках общего проекта.

Список литературы:

1. Организация и планирование учебного процесса» ПРО КГПИ 704-15. - Костанай , 2015
2. «Учебно-методическая работа» ПРО КГПИ 703-10. Костанай.- 2015
3. Положение по разработке Учебно-методического комплекса дисциплины (УМКД). - Костанай, утверждено Ученым советом КГПИ, протокол №12 от 02.06 2016 г.
4. Положение по разработке электронного Учебно-методического комплекса дисциплины (ЭУМКД). П-КГПИ 76-05. - Костанай, 29 августа , 2016 г.
5. Электронный ресурс:

https://www.youtube.com/channel/UCLZHwe3Wm_INLkJxFPSkr3Q

Ш.А. Сейдалиев

старший преподаватель Академии КНБ РК

А.Д. Куракбаев

преподаватель Академии КНБ РК

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ

Аннотация: в данной статье рассматриваются проблемы влияния на массовое сознание общества с использованием информационных технологий, в частности интернет-ресурсов. Предложены меры противодействия негативным информационным воздействиям.

Ключевые слова: Интернет-ресурсы, манипуляция сознанием, средства массовой информации, информация, воздействие, общество.

Манипуляция сознанием — один из способов управления обществом, путем создания условий для контролирования поведения. Это воздействие направлено на личность, осуществляется неявно. Основной задачей является контроль над поведением общества, навязывание свободы выбора посредством изменения представлений, мнений, побуждений и целей в нужном направлении определенной группе людей. Интернет-ресурсы служат ключевым элементом психологических операций и информационных войн в формировании общественного сознания [1].

Признаками скрытой манипуляции могут быть: язык, эмоции, сенсационность, срочность, повторение, дробление, изъятие из контекста, смешение информации и мнения, прикрытие авторитетом, активизация стереотипов [1]. Во многих словарях под манипуляцией понимается «влияние на людей или скрытое управление и обработка».

Политические, деловые круги мировых держав, располагающие огромными финансовыми, политическими, организационными ресурсами используют возможности для реализации своих национальных интересов, часто противоречащих национальным интересам других государств. Наряду с возможностями по линии государственных, международных, негосударственных организаций, транснациональных структур активно используются технологии по программированию мнений или устремлений масс, психического состояния населения и т. п. Формирование «нужного информационного пространства» позволяет достичь конечную цель - контроль над обществом, его управляемость, послушность.

Информационное пространство является инструментом предоставляющий максимально-доступный объем данных за минимальное время «по желанию» субъекта. Использование различных технологий с использованием ресурсов предоставляемых посредством интернет-среды открывает новые горизонты манипулирования обществом на уровне государств, союзов, стран, расположенных в любой точке географического пространства. Направленность ресурсов, их подача, освещение по отношению к одной и той же проблеме может являться диаметральной от позитивной для одного слоя, общества, региона, государства до негативной для другого. От созидания, до разрушения. В тоже время при необходимости цели фокусируются адресно, точно, выверено, на которые обрушивается скоординированный совокупный ресурс.

Воздействие на общество и личность осуществляется с помощью преднамеренного целенаправленного воздействия с учетом личности, социальных слоев и интересов. Примером может являться распространение идей экстремизма, избранности, использование «двойных стандартов» в современном мире.

В современном мире значительная роль в формировании общественного сознания принадлежит средствам массовой информации (далее СМИ). Новые возможности СМИ приобрели с вхождением в нашу жизнь компьютерных технологий. До недавнего времени СМИ имели три основных составляющих: периодическая печать, телевидение и радиовещание. Теперь СМИ¹³ представлены большим спектром изданий от привычных печатных изданий на бумажных носителях (газеты, журналы и т.п.), освоивших в дальнейшем широкоэвещательный диапазон (радио, телевидение) до современных ресурсов использующих интернет-технологии. Под понятием интернет-технология – «ресурсы, необходимые для сбора, обработки, хранения и распространения информации (ISO/IEC 38500:2008¹⁴)»

С появлением возможностей, предоставляемых интернет-технологиями при значительном усилении механизма обратной связи СМИ перестают функционировать в однонаправленном режиме. Первоначальная функция СМИ «информирования» преобразовывается в новую «формирующую, предопределяющую общественное сознание». СМИ позволяют донести необходимую информацию до нужных слоев общества в постоянном режиме, используя принцип широкоэвещательности.

Формирование общества – одна из важнейших функций государственности. Обеспечение граждан, различных институтов общества информацией осуществляется с помощью постоянного совершенствования систем, технологий и средств информации и

¹³ Переход на интернет-технологии осуществлялся с простого дублирования печатных СМИ. Так в 1993 году точная копия газеты *WashingtonPost* впервые появилась в интернете. В дальнейшем появились: 1994 - интернет-журнал, 1998 - интернет-радио, 1999 - интернет-телевидение.

¹⁴ ISO/IEC 38500:2008 *Corporate governance of information technology* (Стандарт ИСО/МЭК 38500:2008 "Корпоративное управление информационными технологиями")

регулированием условий и правил этого процесса. Особое значение принадлежит СМИ, одной из главных задач которых является информирование общества по ключевым вопросам, обо всем, что представляет или может представлять интерес. Эта задача СМИ может быть охарактеризована как идеологическая или политическая. При этом, чем выше внешние, внутренние угрозы, политизированность общества, тем значительнее роль СМИ в политическом процессе, тем ярче проявляется их политико-идеологическая функция.

В зависимости от ориентированности СМИ могут воздействовать определенным образом на общественное сознание: в зависимости от ситуации концентрации внимание на «нужных», «актуальных» моментах жизни общества, государственных институтов власти, по-разному комментировать и обсуждать политических деятелей, их высказывания и т.д. Стремясь заручиться поддержкой и доверием общества многие из СМИ нередко объявляют себя независимыми, хотя в действительности независимость является условностью.

Общественная функция СМИ проявляется и в их способности пропагандировать, создавать, распространять, мотивировать социальные ценности государства, личности, общества. Они определяют существенную роль в формировании личности, социальных групп, слоев общества, политических, правовых, нравственных позиций. Отношения государства и СМИ регулируются исключительно законодательством, в котором гарантируется свобода, ответственность СМИ, право на получение информации обществом, свободу высказываний, плюрализм. В большинстве стран государство не может напрямую непосредственно управлять СМИ и использовать их в своих целях. В тоже время государство с целью воздействия на общество сохраняет определенную возможность регулировать и контролировать процессы в области СМИ, которое и осуществляется через систему законодательства, а также путем разработки специальных правительственных программ, определяющих деятельность СМИ.

В современных условиях выделяют следующие функции СМИ [2]:

- 1) наблюдение (сбор информации);
- 2) редактирование (отбор и комментирование событий);
- 3) формирование общественного мнения (распространение информации);
- 4) распространение культуры;
- 5) политическое просвещение широких слоев населения.

В результате СМИ используются как инструмент манипулирования (политического, экономического, идеологического, психологического) так и как инструмент ведения информационных войн.

Недооценка роли современных СМИ в функционировании государства, его общественных слоев может привести к негативным последствиям последних, так как они является важнейшим институтом, инструментом современной политической жизни и являются эффективной «четвертой ветвью власти».

Сила их воздействия на общество, его членов поистине огромна. Содержание, порядок, периодичность, целенаправленное распространение информации способно побуждать общество, отдельных его членов, значительные слои населения на действия на требуемое поведение, действие.

Глобальное распространение. Современные СМИ позволяют предоставлять доступ к своим ресурсам в любое время из любой точки мира. Каждый интернет-ресурс СМИ имеет статус глобального, к доступу которого достаточно иметь лишь подключение к Интернету. Такие интернет-ресурсы находятся в режиме открытого доступа представителям мирового сообщества. Барьеров для доступа и получения информации два: отсутствие подключения к Интернету и язык. Языки публикаций включают в круг своих потенциальных читателей не только граждан своей страны, но и глобальную «языковую» диаспору, владеющих языком изложения в странах объекта интереса и точках мира. Фактор «глобализации» аудитории с учетом пиков информационной активности

территориальных аудиторий и разницей во времени часовых поясов определенным образом влияет на содержательную составляющую и на ритм обновления материалов. В результате зона охвата интернет-ресурсов СМИ не ограничена и в географическом, и во временном диапазонах. Однако отметим, что на возможности подключения к ресурсам интернета также влияют законодательство страны, политики, осуществляемые провайдерами.

Основными преимуществами современных СМИ в интернете являются оперативность предоставления, обновления информационных потоков, изменение, обновление с максимальной возможной скоростью. Например, становится стандартом, что новостные ленты в онлайн-версиях современных СМИ по мере поступления интересующих материалов по контенту, имеют период обновления менее часа. При этом технологии интернет-среды позволяют использовать подвижную рубрику и самостоятельно определять регулярность в обновлении контента в каждом разделе, в каждой рубрике автономно. В собственном временном интервале обновления могут существовать и отдельные рубрики, материалы.

Суммарное количество ресурсов, предоставляющих СМИ в интернете подсчитать крайне сложно. Это постоянно динамическое развитие, многообразие: сайт, канал, портал, блог, сообщество и т.п. Оценки стремительно меняются.

Почти каждый интернет-ресурс СМИ имеет хронологический архив в том или ином варианте. Это позволяет запрашивать информационные материалы в любом порядке, а также обращаться к архивной информации годичной, двухгодичной и большей давности. Интернет позволяет сделать то, что невозможно сделать на традиционном телевидении – вернуть передачу назад, например. Пользователь может использовать поиск по архиву аудио- и видеoinформации, выбор по ключевым признакам: дата, автор, тема, программа и т.д. [3]

Низкие затраты дают больше возможностей для создания частных, независимых, некоммерческих СМИ[2]. Организация таких интернет-ресурсов требует значительно меньших затрат, чем для традиционных или интерактивных. При этом интернет-среда является открытой, менее структурированной с точки зрения правовых норм.

С учетом неограниченного ареала распространения информации, который глобален по широте охвата аудитории с возможностью локального доступа к малым социальным группам, адресным слоям общества СМИ формируют повестку дня общества. Обществу освещают не столько сами события, сколько степень их важности на сегодняшний день. Более значимыми становятся события, которым в течение конкретного временного интервала уделяют наибольшее освещение.

Большая часть общества зависит от СМИ как от источника новостей и информации. Считается, что СМИ формируют медиакультуру, оказывая поведенческое и интеллектуальное влияние на культуру отдельно взятых людей[4]. Уровень зависимости личности от СМИ и интенсивность их воздействия определяется стабильностью или нестабильностью общества. При этом СМИ придает основную степень социальной значимости как первоисточнику информации. В момент прохождения государством полосы кризисов, конфликтов, нестабильности, изменений, состояния «неопределенности» общество попадает в максимальную зависимость от СМИ. В этот момент, реализуя одну из своих главных функций — информировать, СМИ оказывают наибольшее воздействие на аудиторию, в которой значительно усиливаются мнения, транслируемые в СМИ, их возможность проникновения в общество. Зависимость общества от СМИ в таких ситуациях возрастает.

Задача государства, выделив негативные тенденции, в идеале свести их на нет, в крайнем случае минимизировать последствия.

Кроме первоначальной просветительной функции, развития личности, лучших ее качеств современные СМИ с помощью растиражированных стандартов поведения

целенаправленно применяются в манипулировании сознанием общества. С начала своего создания СМИ стали использоваться для влияния на общественное настроение, массовое сознание. Горизонты манипулирования постепенно расширялись с совершенствованием технических возможностей интернет-ресурсов. Масштабы манипуляции общественными институтами, в котором подавляющая часть населения доверяет источникам информации и без особого труда поддается влиянию, значительно расширились [5].

Искусная обработка информации делает возможности манипулирования обществом практически безграничными, так как в подавляющей части оно не имеет сформированного собственного мнения. В результате СМИ давно трансформировались из средств подачи, поиска, переработки и анализа информации в средство контролирующее и трансформирующее внутренний, духовный мир личности, групп, общества. При этом СМИ выполняя свою задачу делают так, что в массовом сознании эта информация вызывает реакции, соответствующие требованиям заказчика, в лице которого могут выступать частные лица, слои общества, корпорации, государства. В сочетании с предоставляемыми возможностями интернет среды де-факто стираются границы влияния, образуются надгосударственные (трансгосударственные) сферы влияния, в которых при желании легко и просто может сочетаться как глобальность, так и локальность.

Информационное воздействие на общество способно привести к смене проводимой политики, изменению правительства, государственного строя. При этом общество даже не ощущает, что воздействие навязано извне. Это опасно для любого государства, не обладающего соответствующим иммунитетом. Информационные воздействия могут стимулировать поведение каждой личности; использоваться для достижения конкретных целей для изменения состояния, структуры общества, быть конструктивными, нейтральными, деструктивными. В обиход входят понятия «кибербезопасность», «кибергигиена», «информационный суверенитет», «кибернетические войны», «кибернетический солдат», «боты.т.д.».

Для противодействия негативным информационным воздействиям надо сформировать матрицу основных угроз. В дальнейшем на основе сформированной матрицы основных угроз осуществлять мониторинг СМИ независимо от форм собственности, способов распространения. Основная задача которой выявление методов манипулирования с целью принятия блокирующих мер.

Учитывая влияние СМИ на сознание и поведение общества, государство должно иметь законодательные и конституционные нормы не позволяющие манипулирования обществом. Задача данного уровня состоит в разработке, создании, внесении изменений, переработке нормативно-правовой базы Республики Казахстан актов, регламентирующих деятельность СМИ, в том числе использующих интернет-ресурсы с учетом мировых, транснациональных, региональных угроз. При этом соблюдая норму, что «каждый имеет право свободно получать и распространять информацию любым, не запрещенным законом способом [6]».

Необходимо обновлять, изменять законодательную базу, например, по перечню угроз с целью ограничения, временного прекращения в т.ч. до полной блокировки СМИ, интернет-ресурсов независимо от государственной принадлежности.

Согласно Конституции Республики Казахстан п.3 ст. 20 «Не допускается пропаганда или агитация насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики, подрыва безопасности государства, войны, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, а также культа жестокости и насилия». И во многих Конституциях устанавливается ответственность за содержание публикаций, носящих непристойный характер, посягающих на общественную нравственность. В их общий состав входят: клевета на страну и нацию, дискриминация, национальная, расовая, классовая, религиозная вражде, противоречие общественной жизни, призывы к публичному насилию, непристойные

проявления, подстрекательство к войне [6]. Поэтому комплексную оценку законодательства Республики Казахстан через призму актуальности состояния защищенности общества предлагается осуществлять экспертной группе на постоянной основе.

При этом на законодательном уровне юридические и физические лица должны нести реальную ответственность за контент СМИ, интернет-ресурсов.

Так же необходимо учесть нравственный уровень, так как он является самым важным. Он является стержнем государственности и должен сочетать аспекты воспитания, в том, числе гражданского, общественного, формирования активной личности, с многовековыми историческими приоритетами общества. Особое, отдельное внимание уделять пропагандированию, сохранению духовных, нравственных ценностей, идеалов, патриотическому воспитанию, значимости каждого представителя общества и человеческой жизни, воспитания трудового, семейного, культуры межнациональных отношений. Необходимо осуществлять и постоянную работу по освещению разрушительных последствий «навязываемых ценностей». И здесь необходима консолидированная работа государственных и общественных органов, организаций, движений и структур, СМИ, радио, телевидения.

Дополнительным инструментом в работе нравственного уровня видится работа с журналистским корпусом. К сожалению «Кодекс этики журналиста Республики Казахстан» является рекомендательным. В нем указано, что «Отношение к Кодексу - на совести журналиста. Принуждение к соблюдению или нарушению Кодекса недопустимо [7]».

Таким образом, проблемы влияния на массовое сознание общества с использованием информационных технологий требуют комплексного решения соответствующих им контртехнологий, противодействия на уровне государства, государств, коалиций, сообществ, с привлечением заинтересованных сторон. И организовывать противодействие необходимо крайне быстрее, во всех спектрах жизни общества. Уже упоминалось, что, желая войти в 30 сильнейших стран мира необходимо понимать, что и уровень угроз будет соответствовать рейтинговому уровню. И не все страны ведут «чистую» игру. В политике этого никогда не было и не будет. И в краткосрочной перспективе Казахстану не удастся дистанцироваться от распространяющихся негативных процессов, происходящих в современном мире, от принципиально новых угроз, от информационной войны в которых СМИ отводится особая роль.

Список литературы:

1. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Манипуляция массовым сознанием.](https://ru.wikipedia.org/wiki/Манипуляция_массовым_сознанием)
2. [http://guidesmi.ru/sredstva-maajovoj-informacii-v-politicheskoj-zhizni.](http://guidesmi.ru/sredstva-maajovoj-informacii-v-politicheskoj-zhizni)
3. Гарматин А. Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования//<http://relga.ru/Envirion/WebObjects/tgu-www.wa/Main?textid=321?&>.
4. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Средства массовой информации.](https://ru.wikipedia.org/wiki/Средства_массовой_информации)
5. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого "Я". М.: Азбука, 2014 - 192с.
6. Конституции Республики Казахстан.
7. Кодекс этики журналиста Республики Казахстан.

Askarov Dauren Tulegenovich

IITU, Department of economics and business, assistant professor

Omarova Aigul Shamilevna,

IITU, Department of economics and business, associate professor

Ananyev Timur Vladimirovich,

IITU, Department of economics and business, senior lecturer

POLITICAL ECONOMY OF THE DIGITALIZATION IN KAZAKHSTAN

Resume The given article studies process of digitalization in the Republic of Kazakhstan. The political economy is used as a scientific and methodological tool for analysis. The article emphasizes the need of understanding the objective socio-economic situations in the country and avoidance of the abstract econometric models for the successful implementation of digitalization. The comparative analysis of the terms such as: digitization, digitalization and digital revolution is also provided. In the conclusion authors specify some successful examples of digitalization in Kazakhstan.

Key words: political economy, digitalization, digitization

This year the whole Kazakhstan was shocked with some accidents. The first was the fire in the capital city Astana which killed five children on February, 4. Both of the parents were absent when the tragedy happened. The mother was on her shift at the factory and the father was called to help his colleagues at a service station. In summer the fire in a town Arys, near Shymkent, led to the evacuation of all local citizens because it led to the exposures on the ammunition depot. On the 15th September another accident took place on the level-crossing in the town Shamalghan.

These situations revealed crucial socio-economic problems that Kazakhstan is facing today whether the officials want to accept them or not. The gap between the rich and the poor is growing, structural unemployment caused by digitalization has increased (in gender structure, particularly) and problems like corruption and bureaucracy are still here.

Most of the officials make positive models of future development and then present promising reports. But if one just goes 200-300 kilometers away from cities like Almaty, Nur-Sultan or Shymkent, he/she will see that traditional economy is still there as well as a lack of basic infrastructure such as roads and drinking water.

The given paper, therefore, will be divided into three parts. The first is an explanation of choosing political economy as a research method and its comparative analysis to economics. The second will be focused on clarification of the following terms: digitization, digitalization, and digital transformation. The third part will try to explain the challenges of the digitalization in the Republic of Kazakhstan and nearby countries in the frames of the sustainable development.

Let us go back to the above-mentioned situations. The reaction of the officials was quite standard for situations like these. The mayor of the city blamed the mayor of the district; the mayor of the district blamed the head of the committee on emergencies and so on. But what made people of Kazakhstan angry, was the reaction of the vice-minister on social affairs Svetlana Zhakupova who stated that working at night and leaving children at home was their own choice.

Here we should think about the economic interpretation of this statement. The theories of decision-making and rational behavior have been investigated by different economists since Adam Smith who introduced the concept of "homo economicus". According to Smith, everyone in our society is driven by self-interest and this leads to the prosperity of the nation as a whole. After Kazakhstan became independent most of the reforms in social and economic spheres were based on the ideas of liberalism supported at that time by advisors from Chicago school of economics. However, the concept of Smith proved its intrinsic weakness at least twice: during the Great Depression and the Global financial crisis which started in 2006-2008, so one should understand that the idea of self-interest can't be treated as a universal one. We should clarify that

rational behavior is based on rational calculations and to be capable to make them one should have access to all the information and brain capacity to filter and analyze the information in the way the modern computers do. For better or worse we still a bit away from this.

During 1970-80-s at least two economists Daniel Kahneman and Amos Tversky proved that most of our decisions are irrational because of our subjective attitude to the information that we receive for decision -making. Their prospect theory reveals that common human errors arise from heuristic and biases, experience and prejudices, opinions of other people and other factors. In 2016 Samuel Bowles published a book "The moral economy: why good incentives are no substitute for good citizens" where he stressed that is the best moment to move from Homo economicus to Homo Socialis as all material incentives used by the Government to achieve positive effect usually lead to the opposite results.

And here is the best moment to explain why the topic of this chapter is called political economy, but not economics of digitalization. First of all, economics as a science is known for the use of models that have almost no connection with the real world. In applied sciences, like management one can read or hear a statement: "What can't be measured well, can't be managed well". Of course, if you think about a company, you can probably organize and control the processes that take place inside the company, but what about the level of a country? Even having the best software for forecasting economists today can't predict the final results of macro-economic processes. And this is can be explained by the presence of factors which are just can't be calculated or ignored in the models. Secondly, our understanding of a rational person should have been evolved during the time. We are living in the world of electronic gadgets, but does it change us as people, does it change our inner essence? In his commencement address at Stanford, Tim Cook, CEO of Apple, mentioned: "Because if I've learned one thing, it's that technology doesn't change who we are, it magnifies who we are, the good and the bad." [1] Think about people who died during military conflicts protecting their Motherlands. Were they rational? From the economic point of view, they were not. Every rational soldier has to give up when he/she understands that all odds are against him/here, but there is a word "hero" that we use to describe people who behaved themselves differently in the situation when everyone was standing with their smart-phones making a video to collect more likes and comments. The question arises: whose behavior was more natural, but not rational, for human beings?

Going back to Tim Cook's quotation we should understand that a bad person will use the process of digitalization for bad things such as hacking or blackmailing. And a good person will use the fruits of digitalization for creating a better community even though that might look irrational for some people.

Moving to the second part of the paper, I would like to start with an analysis of three terms which have been used a lot recently: digitization, digitalization, and digital transformation. Are they synonyms and can replace each other in our daily talks or are they different and shouldn't be mixed up? Among hundreds of the articles devoted to this question, I would like to suggest to start with dictionaries and glossaries like, for example, the Gartner's IT glossary. According to this source: "Digitization is the process of changing from analog to digital form." [2] So, when one starts chatting on Whatsapp instead of calling to your friends, this is not digitalization, but digitization. When one starts sending e-mails instead of letters, this is also digitization. And when one starts shopping online instead of going to the trading center, it is also digitization. The examples provided below will show that Kazakhstan, like some other post-Soviet countries, is far away from classical digitalization because of different reasons.

Let us start with an examination of the consumers' preferences. We have to answer the basic question: how do people in Kazakhstan use opportunities of digitalization? According to statistical information available on the website of the National Committee on Statistics since 2007, there have been five main reasons why households use access to the Internet. They are the use of messengers; blogging and chatting in social networks; downloading movies, music, images, and games or watching/playing listening online; acquiring information about goods and

services and sending and receiving e-mails. Below you can the table with information for 2018.

As we can see from this table most of the time spent on the Internet is used for entertainment and not for self-education or business or volunteering. This is a rare situation when data from the official organization fit the data received by independent researchers. And here comes the question why is it so? In his speech, Tim Cook stated: "Whatever you do in your life, be a builder". [1] In Kazakhstan like in some other post-Soviet countries, most of the people today are consuming, but not building or creating something. In cities like Almaty, for example, you can see a lot of trading centers, restaurants, and bars, where people spend money daily, but you won't see any agriculture or industry, probably, except construction. The problem is again in corruption. People understand that it is not worthy to build a corporation like IBM or Apple because it can be taken away by someone who is in power.

Table 1 – The main purposes of using the Internet by members of households (percent)

| | Posting information or instant messaging | Participation in social networks | Downloading movies, music, images and games or watching / playing listening online | Getting information about goods and services | Sending and receiving e-mails |
|-------------------------------|--|----------------------------------|--|--|-------------------------------|
| 2018 | | | | | |
| Republic of Kazakhstan | 75,4 | 69,7 | 63,3 | 36,8 | 32,6 |
| Akmola region | 83,6 | 84,3 | 70,3 | 36,1 | 41,8 |
| Aktobe region | 80,6 | 81,5 | 80,4 | 43,3 | 44,1 |
| Almaty region | 69,8 | 54,2 | 43,3 | 47,7 | 34,1 |
| Atyrau region | 86,4 | 83,1 | 82,6 | 36,2 | 38,8 |
| West Kazakhstan region | 86,6 | 74,3 | 76,1 | 39,7 | 33,8 |
| Zhambyl region | 71,5 | 74,1 | 64,0 | 23,2 | 24,0 |
| Karaganda region | 87,2 | 82,5 | 83,3 | 53,9 | 53,7 |
| Kostanay region | 78,9 | 76,1 | 71,8 | 44,5 | 32,5 |
| Kyzylorda region | 59,4 | 68,4 | 50,1 | 24,5 | 19,6 |
| Mangystau region | 79,1 | 75,1 | 53,7 | 23,6 | 24,1 |
| Pavlodar region | 77,9 | 78,9 | 69,3 | 47,4 | 31,1 |
| North Kazakhstan region | 83,9 | 85,0 | 76,5 | 33,0 | 36,2 |
| Turkestan region | 67,1 | 69,4 | 68,7 | 24,7 | 25,2 |
| East Kazakhstan region | 71,7 | 50,1 | 44,0 | 36,5 | 19,1 |
| Nur-Suktan city | 78,9 | 64,2 | 70,8 | 26,5 | 51,8 |
| Almaty city | 69,4 | 58,0 | 48,7 | 49,7 | 35,8 |
| Shymkent city | 81,6 | 83,6 | 70,2 | 15,0 | 9,2 |

Source: Committee on statistics. The main purposes of using the Internet by members of households for 2017-2018 (was available on Nov.13, 2019)

Now let us look at the situation from the side of academic people. The best example in the sphere of education is a new platform, for teachers and learners at schools, that was introduced by the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan. However, three questions appeared shortly after the launch of the platform. The first was about plagiarism because the opening page for the local educational platform looked just the same as the opening page for the platform that had been introduced in Russia a couple of years earlier.

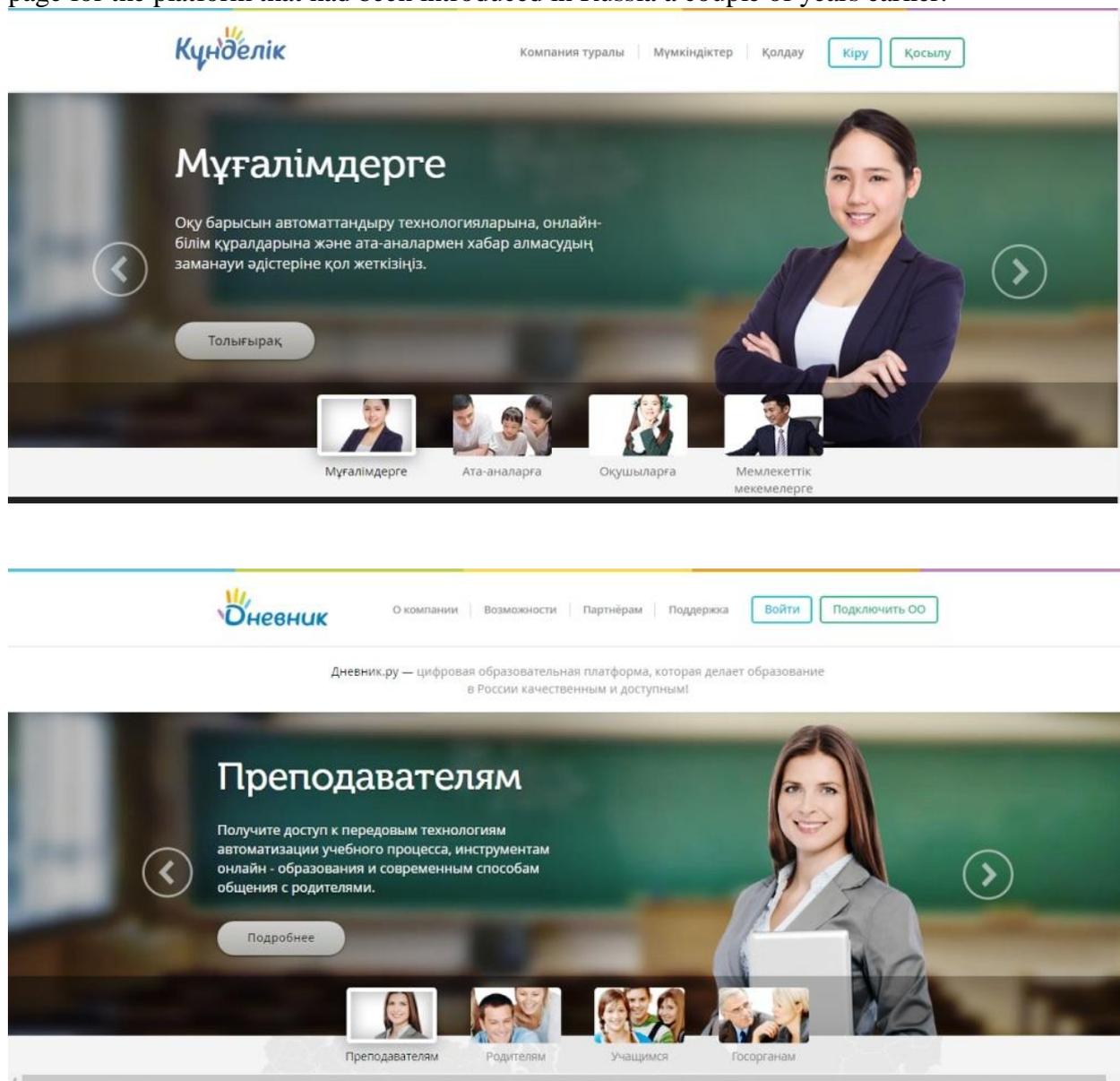


Figure 1 – Opening pages for dnevnik.ru and kundelik.kz platforms

The owner of LLP "Kundelik" Mukhtar Il'yasov in his interview to informburo.kz (dated 23.02.2017) had to admit that Russian project "Dnevnik.ru" was a co-founder of the Kazakhstani LLP "Kundelik". He also said that his company couldn't change the interface, not because of the legal requirements, but because it was very successful on the territory of Russia and was very simple for the teachers most of whom were with Soviet background and didn't know how to use electronic platforms. [3]

However, if we go back to the page of the Russian dnevnik.ru, we can find that menu is available not only in English but also in Spanish and Portuguese. The question comes whether the Russians didn't copy the interface from another country as well?



Figure 2 - Opening page for dnevnik.ru platform in Portuguese

So, most of the processes that are transforming from paper-based form to digital don't have anything in common with digitalization. And even at the stage of digitization here in Kazakhstan, we have three main challenges. The first one is a specialist who will work in this sphere. Even though the Government invests heavily in the preparation of IT-specialists, we still have a deficit in Service centers where young employees receive 60-80 thousand tenge (180-250 American dollars) per month. This leads to a high turnover rate and mistakes made by these workers. There are a lot of examples on the Internet when they made mistakes in Individual Identification Number which led to the following ridiculous consequences: some people were considered to be dead, some people found out that their citizenship was changed, other people discovered that their gender had been changed. And then they couldn't change it without official requests to the officials in the corresponding Ministry. The second challenge is about storing the information. If we don't have enough resources to provide people with a constant electricity supply, how are we going to store the information? If a school agrees to use the above-mentioned educational platform, it supposes to have enough server capacity to keep the information or to pay for the cloud storing. We should also think about hacking. Just recently, in July 2019, hackers received access to personal data of homebank.kz users as well as to data about the health condition of more than a thousand people. This data was kept on the platform of the national agency which proved the lack of specialist who can protect information and the weakness of the platform itself because the owner company was again chosen through the procedure of tender where bureaucracy and corruption mean more than anything else. The last challenge is infrastructure. Michael Porter highlighted the role of the infrastructure in his theory of international competitiveness. If you do not have enough electric cables and you do not produce enough electricity, how are you going to make digitalization sustainable? Today, even in such big cities like Almaty (former Alma-Ata) the rate of cables' depreciation is between 60 and 70% which constantly leads to electricity cut-offs. One of such cut-offs took place this year in July leaving 80% of consumers without electricity for more than 5 hours. The solution that our officials suggest is a constant increase in tariff rates. However, it does not change the situation radically. And if you think about regions (200-300 kilometers from any big city), people still have to use candles or kerosene lamps). So it might be more rational and efficient firstly to invest in infrastructure and then in digitalization but not vice versa.

However, there are some objective reasons for the slow development of the digital economy in Kazakhstan as well. We should understand that developed countries switched to this process gradually after they had built efficient agriculture and industry. Kazakhstan used to have

a traditional way of farming which was replaced by mechanization during the first reforms of the Soviet officials in 1930-s. During the Second World War, some of the industries were moved to Kazakhstan, but that was not enough to create a complete production cycle within a country. Kazakhstan was mainly considered as a resource base and this led to a disbalance in the structure of the national economy. Today, after 28 years of independence, Kazakhstan is still attractive to foreign investors only as a deposit of oil, gas and other minerals. Therefore, we are now trying to implement digitalization without having a solid basis for it.

Talking about digitalization Tom Goodwin (TechTarget) mentioned: "Uber, the world's largest taxi company, owns no vehicles. Facebook, the world's most popular media owner, creates no content. Alibaba, the most valuable retailer, has no inventory. And Airbnb, the world's largest accommodation provider, owns no real estate. Something interesting is happening." [4]

So we can see that in the real process of digitalization companies are fighting for the digital customer interface. And the question comes whether we have such companies in Kazakhstan or other neighbor countries?

As a rare positive example, one can mention an application Citybus. If earlier people had to wait for public transport and guess when it comes, now the application provides information concerning the time of arrival, so people may save their time. The application is very useful in winter and summer when the temperature may reach – 40 or +40 degrees Celsius. Banks are also very active in the process of digitalization providing their applications. However, most of them still at the stage of digitization as their applications allow making some transactions (to pay the bills or to transfer money) which previously were made in the bank with the help of managers. Another example of digitalization can be observed in applications that provide cash-back – a phenomenon that people in Kazakhstan and other post-Soviet countries haven't met before.

In the conclusion, I would like to mention that some politicians today try to be closer to people, they started using social networks to get feedback from the population. Now is the perfect moment when developing countries like Kazakhstan can use digitalization in order to increase economic growth, create or develop stronger institutions, reduce discrimination and injustice. Estonia is a brilliant example of how digitalization may change the socio-economic aspects of life. However, the political systems, in some post-Soviet countries, are still remaining relatively close, full of fear to accept critics and recognize mistakes. This leads to increase of mistrust among people, appearance of the alternative non-governmental services (not always legal and for good purposes) and reduces level of confidence and protection. Maybe this is also a reason that can explain increasing trend for young people to leave such kind of countries which can't or don't want to catch up the trajectory for development with the help of digitalization.

List of sources:

1. <https://news.stanford.edu/2019/06/16/commencement-main/> (was available on Oct.18, 2019)
2. <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary> (was available on Oct.11, 2019)
3. <https://informburo.kz/interview/da-podtverzhdayu-rossiyskiy-dnevnikru-yavlyaetsya-nashim-uchreditelem-vladelec-kundelikkz.html> (was available on Oct.25, 2019)
4. <https://www.forbes.com/sites/oracle/2015/04/20/digital-disruption-its-not-what-you-think/#72a591df9e06> (was available on Nov.11, 2019)

А.С. Нурахинова

сениор-лектор кафедры Языков, МУИТ

магистр педагогических и филологических наук

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ НОВОЙ ОТРАСЛИ ПРИКЛАДНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ – КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

*«Нам необходимо взглянуть в прошлое,
чтобы понять настоящее
и увидеть контуры будущего»*

Н. А. Назарбаев

Аннотация В данной статье рассматриваются проблемы автоматического (машинного) перевода в рамках реализации государственной программы «Рухани жаңғыру». Приводится сравнительный анализ ручного (авторского) перевода и автоматического (машинного) перевода. Раскрывается роль специалиста в области компьютерной лингвистики. В результате исследования отмечается востребованность компьютерных лингвистов на рынке труда Казахстана.

Ключевые слова Машинный перевод, информационное общество, компьютерная лингвистика, компьютерный лингвист, информационные технологии На основе положений статьи Ел басы «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» была разработана программа «Рухани жаңғыру», которая была опубликована 12 апреля 2017 года. В данной программе обозначены несколько основных целей для поднятия нации на более высокий уровень: сохранить и приумножить духовные и культурные ценности, войти в 30 развитых государств мира. Соответственно данная программа предусматривает несколько разнонаправленных проектов, которые будут способствовать достижению этих целей. В основе нашей статьи лежит реализация проекта «Современная казахстанская культура в глобальном мире», которая ставит своим приоритетом популяризацию культуры казахского народа и в целом Казахстана за рубежом.

Важно отметить, что внедрение таких государственных программ как «Рухани жаңғыру» и «Цифровой Казахстан» является не просто показателем современного развитого государства, но также является необходимостью во многих сферах жизнедеятельности страны, что диктуют нам быстро меняющиеся реалии, связанные с развитием информационного общества.

Казахстан постепенно погружается в глобальное информационное общество, которое требует увеличения специалистов с междисциплинарными знаниями и навыками. Одним из востребованных научных направлений является «Компьютерная лингвистика», которая предполагает совместное поле деятельности лингвиста и программиста в одном лице, перед которыми стоят ряд проблем, таких как: обработка естественных языков, разработка программ и приложений, опирающихся на использование и анализ языка, работа над усовершенствованием голосового ввода и поиска информации, а также машинного перевода. На последней проблеме мы остановимся подробнее, так как на данный момент проблема машинного перевода еще находится на стадии решения. Во-первых, для решения необходимы глубокие теоретические исследования в области информационных технологий и лингвистики; во-вторых, предполагается большая, по объему, экспериментальная работа. Методы исследования естественных и искусственных языков имеют схожие процессы, однако приоритетом для программирования является обучение компьютера общению на естественном языке. Важно отметить, что английский язык является приоритетным по всему миру, русский язык – популярен на территориях постсоветского пространства, а казахский язык нужен только нам – казахстанцам. Поэтому мы хотим обратить внимание на проблему компьютерной обработки казахского языка.

Подтверждением вышесказанному может служить следующее исследование, где мы наглядно можем увидеть, с какими проблемами нам предстоит столкнуться при машинном (автоматизированном) переводе.

Объектом нашего исследования послужило творчество одного из выдающихся личностей XX века Мыржакыпа Дулатова. Творчество М. Дулатова носит не только просветительский характер, но и имеет огромную значимость для общественной жизни казахского народа, ведь он в своих произведениях ратует за равноправие женщин (роман «Бақытсыз Жамал»), за науку и образование (сборники стихотворений «Азамат» и «Оян, казак!»).

Особое воздействие на казахскую аудиторию оказали стихотворения Мыржакыпа Дулатова из сборника «Оян, казак!». Сборник «Оян, казак!» начинается с эпитафия, который мы перевели на русский язык с помощью художественного перевода:

*«Көзіңді аш, оян қазақ, көтер басты,
Өткізбей қараңғыда бекер жасты.
Жер кетті, дін нашарлап, хал һарам боп,
Қарағым, енді жату жарамасты.»*

(На казахском языке)

*«Открой глаза, проснись, казах, подними голову,
Не проводи в темноте свои годы!
Ушла земля, слабеет вера, а жизнь пришла в негодность,
Казах, теперь бездействовать никак нельзя.»*
(Художественный перевод)

Для того чтобы наглядно увидеть проблемы, с которыми мы столкнулись при машинном переводе, мы привели несколько примеров перевода этого же эпитафия с казахского языка на русский язык:

*«Открой глаза, проснись, казах, вставай,
Она была свободна в темноте.
Земля ушла, религия становится хуже,
Я думаю, что это не стоит денег сейчас.»*

(Google переводчик <https://translate.google.com/>)

*«Открой глаза, оян Казах, возвышаешься,
Не пропустив в темноте.*

*Земля, в религии хуже, чем һарам состояния,
Сосна, теперь лежат не подходит.»*

(Яндекс переводчик <https://translate.yandex.kz/>)

*«Открой глаза, проснись, казах, вставай,
Она была свободна в темноте.
Земля ушла, религия становится хуже,
Я думаю, что это не стоит денег сейчас.»*

(Казахско-русский онлайн переводчик
<https://www.webtran.ru/translate/kazakh/from-russian/>)

*«Мне кажется аш, оян, қазақ, главная венными,
Зря в темноте, без лет.*

*Земля, в религии хуже, чем һарам гражданского состояния,
Дорогая моя, теперь жарамасты лежат.»*

(Казахско-русский онлайн-переводчик <http://kazakh-russian.translate.ua/ru>)

*«Открой твой источник, просыпаться казах, поднимать давил,
Не проводя в темноте напрасные лет.*

*Место ушло, религия слабела, дела һарам пре,
Смотреть, что тогда лежат не годится.»*

(Мета переводчик с Казахского на Русский
<http://translate.meta.ua/ru/>

«Мне кажется аш, оян, қазақ,

*Главная подбадривали, в темноте, Без лет зря.
Земля, в религии ухудшение состояния харам в чем,
Дорогая, теперь жарамасты лежать.»*

(Казахско-русский словарь (онлайн),

Казахско-русский переводчик https://sahifa.tj/kazakhsko_russkij.aspx)

«Открой глаза, оян Казах, возвышаешься,

Не пропустив в темноте.

Земля, в религии хуже, чем харам состояния,

Сосна, теперь лежать не подходит».

(Перевод текста с казахского на русский язык <https://www.ltran.ru/kazakh-russian/>)

Данные переводы ещё раз доказывают, что проблемы машинного перевода в полном объёме ещё не решены. Во-первых, в основе автоматического перевода лежит пословный перевод, поэтому мы получили бессвязные слова и предложения при переводе на русский язык, во-вторых, для того, чтобы действительно получить качественный машинный перевод необходимо не только понимать смысл переводимого текста, но и важно овладеть фразеологическим богатством языка, на который осуществляется перевод. Таким образом, ручной (авторский) перевод текстов представляет собой фразеологический, а не пословный перевод. Это важно учесть при автоматическом (машинном) переводе. Данный вывод доказывает, что компьютерные лингвисты востребованы на нашем рынке труда, но не только крупными ИТ-компаниями, а также они могут работать в здравоохранении, науке, СМИ, торговле, финансах – то есть, там, где требуется применение современных информационных технологий к лингвистическим данным.

Ссылки на источники

1. <https://ruh.kz/ru/>
2. <https://abai.kz/post/12879>
3. <https://intalent.pro/article/4-perspektivnye-professii-v-it.html>
4. <https://translate.google.com/>
5. <https://translate.yandex.kz/>
6. <https://www.webtran.ru/translate/kazakh/from-russian/>
7. <http://kazakh-russian.translate.ua/ru>
8. <http://translate.meta.ua/ru/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%87%D0%B8%D0%BA/%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%85%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/>
9. https://sahifa.tj/kazakhsko_russkij.aspx
10. <https://www.ltran.ru/kazakh-russian/>

М.К. Малгаждарова

Ассистент-профессор Международного университета
информационных технологий, доктор PhD

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ОПОВЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПРИ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

Число людей, которые используют смартфоны и электронные гаджеты растут по всему миру. Поэтому применение мобильных приложений становится все более актуальной. Это можно взять и как наглядный пример цифровизации общества в разных сферах. В статье проведен обзор мобильных приложений в Казахстане в сфере оповещения населения при чрезвычайных ситуациях. Коротко приведена информация про части и функции данных приложений.

Ключевые слова: мобильные приложения, оповещение населения о чрезвычайных ситуациях, цифровизация

Ни для кого не секрет, что на сегодняшний день цифровизация все больше и больше охватывает разные сферы нашей деятельности. Это коснулось и оповещения населения при чрезвычайных ситуациях. По статистике, число людей, которые используют смартфоны и электронные гаджеты растут по всему миру. Аналитики из Gartner опубликовали итоги по продажам смартфонов во втором квартале 2019 года. Как обычно, подсчет велся в количестве проданных устройств, а не в денежном эквиваленте. Лидером остается Samsung с 77,111 миллионами проданных устройств. Второе место у Huawei с 58,055 миллионами. Замыкает тройку лидеров Apple с 38,522 миллионами. На четвертом месте Xiaomi с 33,191 и замыкает пятерку лидеров OPPO с 28,112 миллионами. В процентном соотношении это выглядит так: Samsung – 24.1%, Huawei – 15,8%, Apple – 10,5%, Xiaomi – 9.0% и Oppo – 7,6%, 36,7% достается всем остальным брендам [1].

Поэтому разработка и использование мобильных приложений в данном секторе – запрос, соответствующий мировой тенденции. Ниже приводятся основные понятия и определения в области чрезвычайных ситуаций.

Зона экстренного оповещения – территория, подверженная риску возникновения быстроразвивающихся опасных природных явлений и техногенных процессов.

Информация о ЧС (чрезвычайных ситуациях) – сообщение или совокупность сообщений, передаваемых органам повседневного управления, силам и средствам ЧС, а также населению об опасности или факте возникновения чрезвычайной ситуации и рекомендуемых действиях.

Информирование населения – доведение до населения информации о прогнозируемых и возникших чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера, мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты, а также проведение пропаганды в области гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах по средствам массовой информации и по иным каналам.

Оповещение населения – доведение до населения сигналов оповещения и экстренной информации об опасностях, возникающих при ведении военных действий или вследствие этих действий, а также угрозе возникновения или возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, и необходимости проведения мероприятий по защите.

Сигналы оповещения – специальные сигналы, предназначенные для оповещения об опасности [2].

Проект мобильного приложения для оповещения населения ЧС реализован сотрудниками Департамента по чрезвычайным ситуациям г. Алматы совместно с представителями Центра развития г. Алматы и казахстанской компании – разработчиком ТОО «I2NIK» в рамках реализации концепции SmartAlmaty.



Рисунок 1 – Приложение «Darmen» [4]

«Мобильное приложение доступно для скачивания всем обладателям смартфонов и планшетов на базе операционных систем Android и IOS на государственном, русском и английском языках, в настоящее время его уже скачали около 2000 пользователей сетей», – информируют в пресс-службе Департамента по ЧС Алматы. Для разработки «Darmen»

был изучен опыт оповещения населения через мобильные приложения в Японии и США.

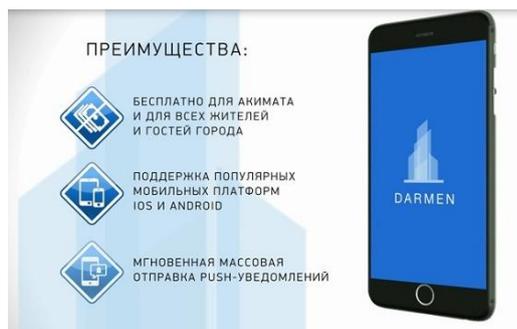


Рисунок 2 – Преимущества приложения «Darmen» [4]

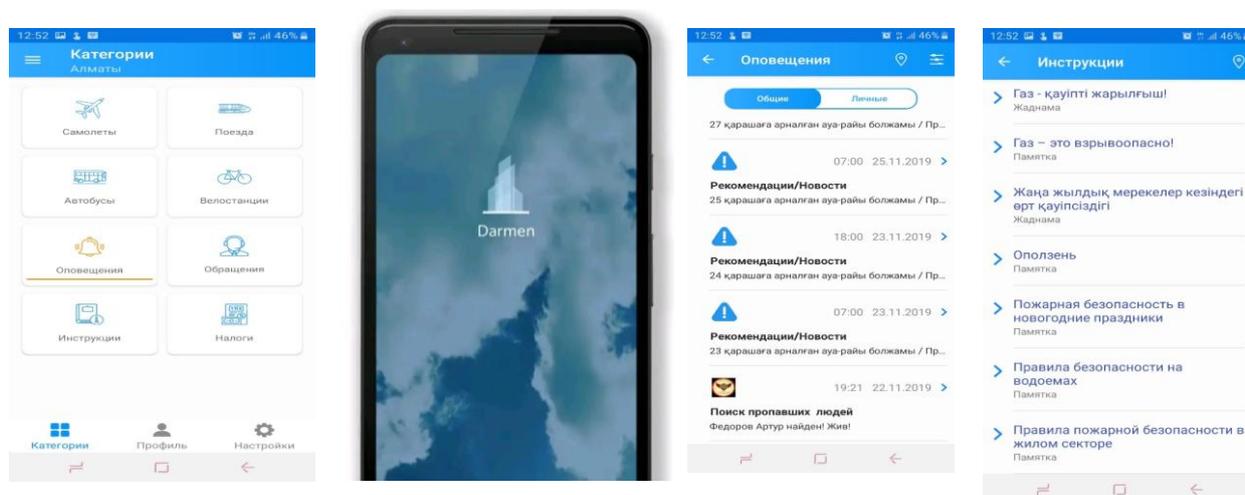


Рисунок 3 –Функционал приложения «Darmen» [3]

«Между тем, наше приложение пока позволяет в течение нескольких секунд массово информировать население об угрозе и возникновении ЧС на территории г. Алматы (в том числе штормовых предупреждений). В дальнейшем при внедрении системы раннего оповещения о землетрясениях данное приложение будет оповещать о предстоящем землетрясении», - рассказывают спасатели.

Пока сотрудники ДЧС города формируют уведомления после получения оперативных сведений от службы «Казгидромет», Сейсмологической опытно-методической экспедиции. Далее оперативный дежурный ДЧС вводит данные в систему, которая мгновенно направляет пользователям приложения push-уведомления.

Мобильное приложение прошло опытную эксплуатацию и показало высокую эффективность в оперативной доставке уведомлений в сравнении с ранее используемым SMS-оповещением (служба коротких сообщений).

«Так, с 15 апреля 2019 года информирование населения города о чрезвычайных ситуациях будет производиться сотрудниками ДЧС с помощью мобильного приложения «Darmen» наряду с SMS-оповещением. Скачать приложение можно в магазинах приложений для мобильных телефонов AppStore, PlayMarket, введя название - «Darmen», - заключили в ДЧС [4].

Еще одним мобильным приложением в Казахстане в этой области является приложение под названием «Информирование населения при ЧС». На данный момент оно находится в тестовом режиме, возможно разработчики добавляют что-то новое или

усовершенствуют. Ниже на рисунке 4 приведены составляющие части данного приложения, особо примечательны информация в разделах «Что делать?» и «Проверь себя», заблаговременно можно получить знания про действия при разных чрезвычайных ситуациях и быть подготовленным.

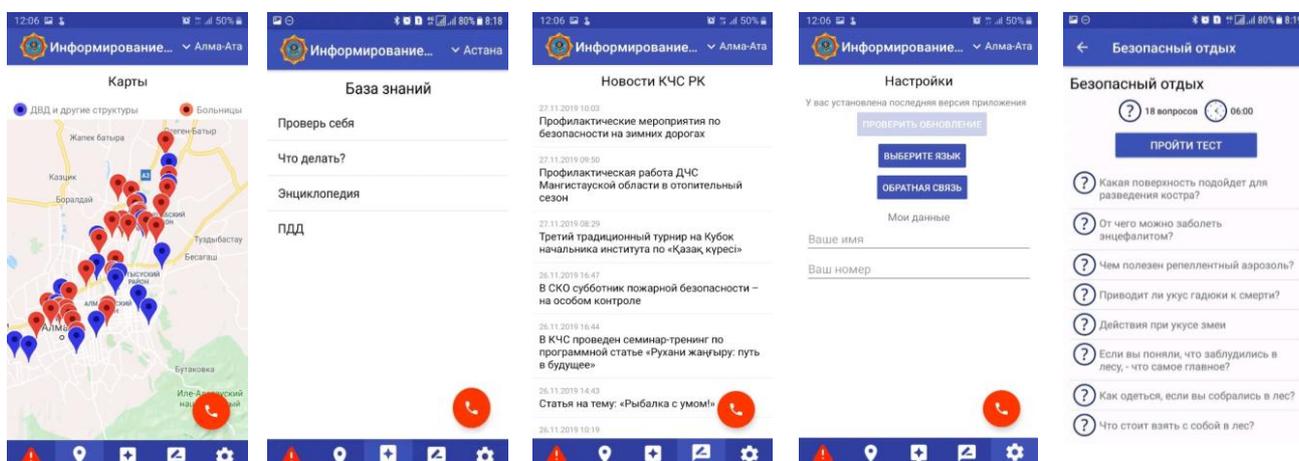


Рисунок 4 - Функционал приложения «Информирование населения при ЧС»[5]

Один немаловажный фактор, то, что это приложение разработано ДЧС РК и можно доверять официальному информационному ресурсу. Потому что можно найти любую информацию в интернете, к примеру какие действия следует предпринять при том или ином виде ЧС, но существует проблема достоверности среди предлагаемой информации. И эта проблема решается путем использования проверенных и официальных источников, как и в этом случае.

В заключении нужно отметить, что нахождение правильного пути развития и выбор эффективных методов во внедрении цифровых технологий на все области жизнедеятельности гарант того, что это будет не просто формальностью, а на самом деле поможет улучшить жизнь граждан.

Литература:

1. <https://fornote.net/2019/08/statistika-prodazh-smartfonov-vtorogo-kvartala-2019-goda/>
2. 2files › vkr-bakalavra-frag
3. Скриншоты с экрана приложения «Darmen»
4. <https://patrul.kz/novost/spasateli-almaty-zapustili-besplatnoe-mobilnoe-prilozhenie-video>
5. Скриншоты с экрана приложения «Информирование населения при ЧС»

A.K. Zholdubayeva, doctor of philosophical science, Professor,
al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
Zh.M. Doskhozina, PhD, Assistant-professor,
The International Information Technology University, Kazakhstan, Almaty

HISTORICAL AND CULTURAL FOUNDATIONS OF EDUCATION: BRIEF ANALYSIS

Abstract The article analyzes qualitative and temporal configurations of two paired education models: education models based on the traditions of Eastern and Western cultures and models of secular and confessional education with emphasis on positive aspects and critical

points. According to the authors' opinion, historical and cultural analysis can serve as a theoretical platform for understanding pedagogical experience and methodological basis of educational models. The results of realized analysis allow the authors to conclude that considered education models cannot exist per se.

Key words: education, Eastern model of education, Western model of education, secular model of education, confessional model of education, dialogue of cultures.

Introduction

The education was and remains commensurate with the process of humanity's historical development. It means that in the process of society's transition from one state to other, education changes in accordance with culture, political system's type and nature and the level of scientific knowledge development.

In the judgment of the authors, consideration of education qualitative-temporal configurations will allow us to track its content and value growth line. Historical and cultural analysis is a theoretical platform for understanding the pedagogical experience that has a great impact on the realization of these ideas in the practice of Kazakhstan education.

Major part

While emphasizing the historical and cultural analysis of education, we proceed from the ties of cultural knowledge with philosophy, pedagogy, history and psychology, which are used actively in pedagogical practice in the form of:

1. Scientific knowledge systems of general principles and methods, reflecting the most common and recurrent interrelations between the elements of educational process;
2. Target and technological principles of educational process's design and organization.

In turn, the actualization of historical and cultural foundations of various educational models in different countries and in different historical periods makes possible to consider the achievements, contradictions and difficulties in the process of education forms changing in corpora.

We could characterize the difference between historical and cultural factors of education different models through the identification of differentiation common bases. Comparative analysis of educational systems makes possible to single out wide variety of options, which allow analyze the genesis of culture, science and social ideas and thereby to identify the main historical and cultural models of education.

We deliberately limited ourselves to the identification of only two paired models: 1) models of education based on Eastern and Western cultures traditions; 2) models of secular and confessional education, realizing that there are many such models, the consideration of which we plan in the subsequent works.

Differences between Western and Eastern cultures, undergoing multiple formal and substantive changes, determine the specificity of education. Each of the cultures, developing human problems, has formed its own system of education, which reflects cultural, political, geographic and other influences from the outside and fixes mental transformations. That is why education is able to demonstrate in a concentrated form the obvious difference between the civilization concepts of the East and the West.

Tracing the historical and cultural foundations of education's content, we used the conventional-semantic construction "East-West", acting as a pair category and linked together by a set of principles and criteria that form their semantic fields. "The East" and "the West" - this is rather not a geographical name, but the most complex spiritual and cultural formations based on the peoples centuries-old experience and which, in our case, set the educational process vector.

However, it is necessary to take into account that the division of cultures into eastern and western, like any other typology, is conventionally. In accordance with this approach, the East and the West stand out as two different types of social organization. This difference traces at general-typological level, on which the differences of specific ethnic or national communities are equalized.

The worldview contradiction of Eastern and Western traditions is in the understanding of knowledge essence. The knowledge in the Eastern cultural space is irrationality, spiritual ability and activity; the West cultural space is characterized by a scientific, technological, rational cognition of the world and first of all in objective, “material” being. Different understanding of knowledge forms different educational motivation: motives for improving the inner world, the development of intuition and figurative-sensual perception in the East (self-deepening, liberation from ignorance, serving the good of the commonwealth, respect, conscious responsibility for own actions) and the development of discourse-logical thinking and utilitarian motives in the West (the growth of wealth and living standards, fame).

This, in turn, determines the direction vector of Eastern and Western education’s analysis: in first case, it is oriented toward deepening into human’s own intuition, appealing to his own experiences and revealing internal abilities, in second case –it`s creative direction of individuals’ activity on technological progress and high level welfare of society. Distinctive components of Eastern educational system are traditionalism, reflexivity, continuity of knowledge, focus on spiritual result, moral self-improvement, teacher and student`s indivisibility and central role of upbringing over learning. Accordingly, it lacks rigid definition of thought and strict notion-categorical apparatus. “In other words, the East was dominated by different, non-discursive style of thinking and cognition, in which knowledge was expressed not so much in rational-conceptual way as in artistically imaginative, allegorical and symbolic form supported by intuitive insights and esoteric revelations” [1].

Generalized analysis of the East and the West educational systems allows us to call the paradigm of Eastern education as “ideological” and the paradigm of Western education as “knowledgeable”.

A characteristic feature of “ideological” (eastern) paradigm of cognition is that education here is a process of mastering knowledge about the state structure foundations; the result of that type education is formation of respect for existing ideology, strict agreement with political line of governmental authorities.

In the context of globalization, these traditional cultural ideas, whose roots go to the main sects of the East are the main deterrents to the westernization and americanization of education and contribute to the preservation of their own national distinctive historical values embodied in Confucianism, Taoism and Buddhism.

As an example, let us cite the principles of China’s modern educational space, contained in “The short course of traditional Chinese culture” that designed as a teaching course for all modern Chinese universities. The basic principles are five:

1. “Yin Tsai Chi Jiao” – “to teach, taking into account the student`s abilities”
2. “Wen gu zhi xin” – “learn from the past”
3. “Yu Bo Fan Yue” – “complexity creates simplicity”
4. “Jiao Xue Xiang Zhang” – “students learn from the teacher and the teacher learns from the students”
5. “Qi Fu Dao Tao” – “management of students’ heuristic activities” [2].

The essence of “knowledge” (western) paradigm is the transfer of scientific knowledge. As a result, a person who has received such an education is formed an independent consciousness, the characteristic features of which are the orientation on novelty, the comparison of facts, the logical analysis necessary for the increment of scientific knowledge. Scientific knowledge does not depend on state policy; a scientist is interested not so much in ideology as in scientific truth. Thanks to such independence, scientific progress is possible, but at the same time, the social foundations that ideology holds together are shaken.

The Chinese politician and researcher Chen Du Siu, who lived at the turn of nineteenth and twentieth centuries, brought the differences between Western and Eastern civilizations to three points:

1. If the basis of the West life nations is a war, then in the East it is a peace;

2. The basis of Western nations is individualism; the basis of Eastern nations is family;
3. The driving force in the West is right and material advantage, in the East it is feeling and ostentatious disinterestedness.

Summarizing this part of research, we should note that in numerous comparisons of cultures conducted by different researchers are given antinomical characteristics of the East and the West, which must be taken into account in all areas of activity, including in pedagogy.

Now let us consider the second pair construction - the model of secular education, formed on the base of anthropocentrism, and the model of confessional education, formed on the base of theocentrism.

Religion is the reality of culture and social life and ignoring the religious component in the creation of educational system can lead to a crisis of national cultural and religious identity.

The understanding of religious study's scientific comprehension problem in society, systematic analysis of content, features and interrelations of all religious studies types and forms will let to implement public policy in the education field more effectively. In addition, the presence or absence information about religion and its separate areas in education, determines not only the quality of education in the field of knowledge about religion, but also form an attitude towards it.

The question of religion's role in education is a subject of wide discussion [3]. The need for the presence of religion in education, as many scholars, politicians and teachers believe directly follows from the real socio-political situation: from contradictions of multiculturalism policy, from the ambiguous attitude towards migrants, from the problems associated with the possibility and necessity of integrating migrants into the surrounding social environment. In addition, the issue of religious education is discussed in close connection with the education of citizenship, which includes education in the field of human rights, civil rights and freedom, peaceful coexistence, global problems and intercultural dialogue.

The content of secular and confessional education in different countries is determined by the peculiarities of historical tradition, the specificity and level of multiculturalism, the socio-political structure of society, the state of economy, the legislatively established nature of state-confessional relations, which together determine educational values, content and structure of secular and religious education. German philosopher A. Hasenklever notes that there is a correlation between religious education and democratic behavior. In his view, the low levels of religious education permits use religious differences as an instrument of political mobilization [4].

Without detailed disclosure of historical, scientific, philosophical and religious-theological aspects of secular state and state educational system, let us name the main international documents about the relations between state and religious organizations. The Universal Declaration of Human Rights (1948), The International Covenant on Civil and Political Rights (1966), The Final Act of Conference on Security and Cooperation in Europe (1975), The Paris Charter for New Europe (1990).

The position of international community on this topic is most fully expressed in The Declaration on elimination of all intolerance forms and discrimination based on religion or belief, adopted by United Nations Organization (1981): "Every child has the right to access to religious education in accordance with wishes of his parents or legal guardians and is not compelled to study religion contrary to wishes of his parents or legal guardians. The guiding principle are interests of a child" [5].

At the same time, international documents do not contain any recommendations about generally accepted concept of secular and religious education. The United Nations Human Rights Commission, considering the issue about human right to secular and religious education, noted that it could not offer a single universal document detailing the right's realization forms to all countries. The legislation on education should take into account both tradition and the problem's current state of country. For this reason, international standards must be filled with

content that takes into account the country's specifics.

Based on the analysis of using the concept "secular character of education" and its interpretations in modern scientific literature, we concluded that they all gravitate toward two main positions.

The first position is to highlight the requirements for education *content*, i.e. which, in fact, is being studied, what knowledge is taught and mastered.

The second position is characterized primarily by bringing to the forefront the requirements for *organization* of educational process - how the study of religion is organized.

Of course, both these positions are interrelated. An understanding of *what* knowledge should be learned by the students is related *how* the educational process should be organized.

The general methodological basis of secular education and the main difference from confessional education are scientific and ideological impartiality.

Deepening into the analysis of secular education models specifics, implemented in various countries of the world, we concluded that there is a kind of "coordinate system" that determines existing models' nature:

- historically established type of relationship between state and religious associations;
- national and cultural characteristics of country;
- role of traditional religious values in people's life;
- specifics of legal systems, percentage ratio of social and confessional groups number.

As of today, the most common assertion is that in secular education can be neither an atheistic, nor an apologetic study of religion, so-called "principle of worldview neutrality" [6]. That is the goal of secular education is to gain knowledge about various religious beliefs and practices from an objective and impartial viewpoint, which free from apologetics and the development of evaluating attitude towards it. Often this requirement of indifference towards all religions is accompanied by an equal representation of religions study in teaching materials.

After the analysis of existing principles of secular education in scientific literature [7], we concluded that the most relevant interpretation of secular education is the activity of educational institutions aimed at solving various social tasks based on the principles of democracy, humanism, accessibility, the priority of universal values, human's life and health, civicism, free development of personality. The secular education is organized and conducted in accordance with the norms and requirements of state educational standards, taking into account the diversity of ideological approaches (Chapter 4 of Article 13 "Concept of the education's content" of the Law of the Republic of Kazakhstan "About Education").

The analysis of works devoted to the study of confessional education various aspects showed that different terms have a general definition [8]. At the same time, the same concepts in different authors have different meanings. In addition, similar understanding of confessional education distinguishes its different structure due to different accentuation of meanings and values.

We propose a definition of confessional education, which allows us to identify the main types and forms of all religious study correctly: confessional education is designed to enable students the understanding their own religious identity, different religious beliefs and practices from an objective and neutral point of view for social tolerance development in democratic context.

As of today, the necessity in religion teaching in Kazakhstan's educational institutions is determined by objectively existing factors associated with the onset of the post-secular era, which is characterized by changing the place of religion in public space and increasing its social significance.

The methods of religious values assimilation, which have developed in Kazakhstan's educational practice, show that the questions of confessional education's theory and practice are gradually acquiring distinct forms. Methods of assimilation are either liberal-secular, oriented to preserve the "purity" of secular culture or model, cultivating religious meanings and values.

Such polarization in practice leads to the fact that either one or another point of view wins, where there is a tendency to substitute secular education for religious and religious knowledge for theological. In particular, such categories as humanity and spirituality are replaced on religious moral values. It creates the concept that humanity and spirituality can have only religious content.

It is our firm conviction that a different formulation of the issue is necessary, involving the confrontation elimination, videlicet - the distinction between teaching “religion” and teaching “about religion”. The teaching “religion” implies the introduction of religious belief in students’ minds, the confessional self-determination and teaching of a certain faith’s dogmas and rites that the teacher professes. Education “about religion”, in turn, helps students acquire scientific knowledge about religion as a social and cultural phenomenon and its place in the spiritual life of society.

The practical embodiment of this distinction is the acceptance clear understanding of the concepts: “religious education” and “religious studies education” in scientific discourse.

In this issue, we share the opinion of Kazakhstan’s religious scholar A.G. Kosichenko, who noted that “for Kazakhstan the problem of religion teaching (in the form of religious studies basics) is an open question. Such discipline is introduced in schools, but the situation with its teaching is not completely clear: teachers teach in accordance with their own understanding the religion. In general, the situation looks like this: we need to teach the basics of religious studies, cause the arguments of the European Union are true for us, but at the same time, it is rather difficult and even dangerous. It is necessary to teach because the religious knowledge could be “vaccinated” to young people by extremists or terrorists (they have the funds to do it). But it is necessary to teach the basics of religious studies with caution because extensive religious knowledge comes to arising of questions for young people. Without receiving proper answers from official religious structures, the youth could go after answers to leaders of unconventional and radical Islamic movements (who give answers). In addition, the task of religion teaching reveals the insufficient qualifications of both secular teachers and clergymen teachers. It means that before you teach young people, you need to teach teachers, and form them to such a level that they could, for example, win in discussions with the Salafis” [9].

Thus, summing up the second part of our research, we note that at present the participants of educational process have to answer on complex question about the correlation of secular and confessional principles in teaching, without contradicting the cultural context of individual and society formation.

Conclusion

The analysis of qualitatively and temporal configurations of education made it possible to trace the curve of content and value growth of education in chronologically, both from the point of geographical localization with positive and critical points of different approaches. On the other hand, historical and cultural analysis was a theoretical platform for comprehending pedagogical experience and providing an understanding of methodological basis for constructing pedagogical concepts. At the same time, we did not set out the task of tracing all education evolution stages, but focused only on the key moments of its transformation in two pairs of options: the models of education based on the traditions of Eastern and Western cultures and models of secular and confessional education.

The results of our analysis indicate that these educations considered models don’t exist and shouldn’t exist in per se; it is not just a theoretical understanding of educational paradigm, it depends on many contextual factors which should be analyzed and taken into account during planning and implementing changes in this field.

References

1. Polyakova Ya. *Vostok I Zapad*. – Volgograd: VGAFK, 2013. – 143 p.;
2. *Chzhungo chuantun venhua gaylun (Kratkiy kurs traditsionnoy kulturyi Kitaya) / pod red. Tyan Guanlinyia*. Pekin: Gaoden tszyaoyuy chubanyipe, 2006. – 327 p.;
3. Pisenko K.A. *Uroki religii v gosudarstvennoy shkole – norma svetskogo pravovogo gosudarstva*

/ «Tserkov i vremena»;

4. Hasenclever A. *Geteilte Werte – Gemeinsamer Frieden? Überlegungen zur zivilisierenden Kraft von Religionen und Glaubensgemeinschaften* // H. Kung & D. Senghaas (Eds.) *Friedenspolitik: ethische Grundlagen internationaler Beziehungen*, München: Piper, 2003. P. 288-318;

5. Rezolyutsiya 36/55 Generalnoy Assamblei ot 25 noyabrya 1981 goda, st. 5, p. 2
http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/relintol.shtml;

6. *Mesto religioznogo obrazovaniya v duhovno-nravstvennom vospitanii*/http://islameducation.ru/islamic_pedagogics;

7. *O ponimanii svetskosti gosudarstva i svetskogo haraktera obrazovaniya v gosudarstvennoy shkole* / <http://radonezh.ru/analytics/o-ponimanii-svetskosti-gosudarstva-i-svetskogo-kharaktera-obrazovaniya-v-gosudarstvennoy-shkole-47684.html>;

8. *Kastuganov T. Religioznoe obrazovanie v Kazahstane*
[/http://www.niac.gov.kz/ru/religiovedcheskoe-i-religioznye-issledovaniya/item/110-religioznoe-obrazovanie-v-kazahstane](http://www.niac.gov.kz/ru/religiovedcheskoe-i-religioznye-issledovaniya/item/110-religioznoe-obrazovanie-v-kazahstane);

9. *Kosichenko A.G. Religioznoe soznanie kazahstantsev i problemy sovershenstvovaniya religioznoy politiki v Respublike Kazahstan / sb. materialov nauchno-prakticheskoy konferentsii «Sostoyavshiyasya Kazahstan, ustremlyennyiy v budushee»*. – Almaty, 10.12.2013.

А.А. Бейсенкулов,

к.филол.н., ассистент-профессор МУИТ

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ РОЛЬ ЖУРНАЛИСТОВ

Аннотация: в эпоху цифровых технологий меняется сущность профессии журналиста, что связано с появлением новых каналов производства, потребления и распространения информации. New media не лишает журналистов их преимуществ: высокого профессионализма в сборе, систематизации, анализе информации. Высокая степень виртуализации общественных отношений делает необходимым рассмотрение социальных медиа как рабочих инструментов при создании медиа-продуктов. Исследование показывает, как казахстанские журналисты используют социальные медиа в профессиональных целях и влияние социальных медиа на профессиональную роль журналистов в обществе.

Ключевые слова: журналистика, новые технологии, новые медиа, социальные медиа, блоги, Facebook, Twitter, LiveJournal.

Интернет сделал бизнес-процессы универсальными для всего мира; всеобъемлющими в смысле средств коммуникации, объединив текст, звук, видео; независимыми от места и времени [1, с.8].

Благодаря Интернету возникает новая структура отношений – социальные медиа. Это не просто отношения внутри групп, это новое общество, которого раньше не существовало. Происходит трансформация коммуникативных отношений между людьми, превращение их в массовую коммуникацию.

Старший научный сотрудник Ассоциации исследования новых средств коммуникации Пол Гиллин в своей работе «Новые агенты влияния» обозначает социальные медиа - как многозначный термин, который объединяет различные online технологии в интернете, которые позволяют пользователям общаться, взаимодействовать между собой. Характерная черта всех социальных медиа, по его мнению, заключается в том, что создателями контента являются сами пользователи [2, с. 66-70].

Российский исследователь традиционных и новых медиа Елена Варганова утверждает, что в основе понятия «социальные медиа» - лежит принцип партиципаторности [3, с. 77-78]. Идея партиципаторности заключается в нескольких простых принципах. Во-первых, аудитория выступает партнером СМИ, и, соответственно, имеет право участвовать в определении приоритетов редакции или тематики материалов.

Несоблюдение этого правила приводит к тому, что журналисты начинают жить в своем символическом медиaprостранстве, по-настоящему не понимая чаяний своих читателей или зрителей. Второй принцип партиципаторности гласит, что решение проблемы также важно, как и сама ее постановка, то есть, важно не только поднять актуальную тему, но и найти пути ее решения и следовать им.

Американский журналист Керри Дойл представляет следующее определение: социальных медиа - это различные онлайн технологии, позволяющие людям легко общаться при помощи Интернета, делиться информацией и ресурсами [4, с. 45-48].

Американский аналитик цифрового маркетинга и конвергентных СМИ Ребекка Либ характеризует социальные медиа как набор онлайн - платформ и инструментов, которые люди используют для обмена контентом, профилей, мнения, взглядов, опыта, перспектив. облегчая беседы и взаимодействие между группами людей [5].

Ещё одно определение социальных медиа дано профессором МГУ им. М. В. Ломосонова Александром Чумиковым - это любые интернет-проекты в формате web 2.0, содержание которых формируют сами пользователи в социальных сетях, блогах, подкастах, web-сайтах, на интернет-форумах, Wiki, видеохостингах, печатных, онлайн-овых и мобильных продуктах [6, с. 56-58].

Таким образом, наиболее эффективным инструментом коммуникации является онлайн ресурс, который позволяет не просто просматривать информацию об интересующем явлении, но участвовать в обсуждении общественно значимых проблем и создавать различные сообщества, а также самостоятельно добавлять какую-либо информацию о деятельности организации (аудио, видео, фото). В настоящее время таким ресурсом являются новые социальные медиа (сервисы Web 2.0).

Всемирно известный оратор, педагог, консультант и автор множества книг о маркетинге Марк Шефер выделяет три отличительные черты **социальных медиа**: «...Эволюция, революция и вклад. Во- первых, это эволюция современного общения. Во-вторых, это революция: впервые в истории мы имеем доступ к бесплатной мгновенной глобальной коммуникации. В- третьих, социальные медиа отличает способность всех делиться и вносить свой вклад в качестве издателя» [7].

С появлением социальных медиа претерпевает изменения и классическая модель СМИ, которую можно сформулировать так: обращение немногих трансляторов ко многим реципиентам. Но, как отмечает немецкий исследователь интернет-коммуникаций Йо Гребель, в ходе цифровой революции эта классическая модель «немногие - многим» превратилась в модель «многие - немногим». Появилась масса людей, транслирующих свое мнение, но их слушают немногие. Таким образом, одновременно с массовой коммуникацией возникает и коммуникация масс. Создается триада типов общения. В модели «немногие - многим» вещают профессионалы: телеведущие, журналисты, актеры и т. д. Параллельно существует модель «многие - немногим» - непрофессиональное вещание. Наконец, есть и третья модель: «немногие - немногим», модель социальных групп, представители которых общаются друг с другом [1, с.9]. Это непосредственно влияет на бизнес-процессы. Возникают многочисленные комментарии на товары, услуги и т. д.

Активно приспособляющиеся к социальным технологиям журналисты постепенно доказывают, как социальные сети можно успешно использовать для дела. Так, отчет социального бизнеса в Америке показал, что такая газета как The New York Times стоит в первых строчках рейтингов, за ней очень близко следует The Washington Post.

В отчете о социальном бизнесе, опубликованном Net Prospect, The New York Times заняла первое место в исследовании «100 самых социальных компаний в США» и обошла такие технологические компании, как Google, Apple, eBay и Amazon [8].

Обзор был основан на компаниях, сотрудники которых наиболее «социальные». И вопреки ожиданиям, что технические компании будут здесь лидировать, поскольку им

ближе социальные способы управления, первое место взяли совсем не они.

Это — хорошие новости для издателей, как показатель, что их сотрудники — журналисты, переносят газету в социум, когда используют социальные сети как для личных целей, так и для ссылки на новости. Адаптация социальных медиа в газетах идет снизу вверх, что во многом отражает функцию самих социальных сетей.

Одним из наиболее значимых факторов, который наглядно показал, как газеты преуспевают в социальных медиа, было применение новых технологий, в частности, iPad.

The New York Times запустили свое iPad-приложение в 2010 году [9], всего несколько месяцев спустя после официального выхода iPad в свет. Позже многие другие газеты сделали тоже самое, включая The Washington Post и английские The Telegraph и The Guardian.

Ни одна другая индустрия не применила плод новых технологий также быстро, как это сделали газеты, возможно, это результат прошлого опыта, научившего их следовать в ногу с новыми технологиями. Газеты просто определили важность содержания и приняли в расчет человеческие привычки, изменившиеся со временем. У них есть необходимость оправдать формат их содержания и найти новые способы быть перед глазами у тех, кто отходит от печатных изданий и даже от стандартных ПК и ноутбуков, так как все становится мобильным.

Многие компании прописывают правила использования социальных сетей: как много сотрудники должны писать в соцсетях, как часто, что они должны писать, как отвечать и так далее. Вместо этого стратегия The New York Times в работе с социальными сетями очень проста: «Не будьте глупыми» [10]. Цитата редактора социальных медиа The New York Times Лиз Херон, которая объясняет, что вместо того, чтобы составлять для сотрудников список правил по работе с соцсетями, нужно лучше поощрять их активное участие там, просто сказав людям, чтобы они помнили о здравом смысле.

Это обновленный подход для работников медиасферы, в отличие от более жесткого приема ВВС, который имеет четкое руководство по работе с социальными сетями.

Лиз объясняет: последние годы журналистам было рекомендовано использовать социальные сети для распространения, сейчас фокус на взаимодействии с реальными людьми.

В своей стратегии использования социальных медиа газеты привязаны не только к Twitter, хотя он и стал для многих основным каналом по умолчанию. Таким же активно посещаемым и столь же важным для газет сейчас становится Facebook.

Facebook провели исследование новостных страниц на платформе и обнаружили, что новости, публикуемые на персональных страницах газет в Facebook, получают на 70% больше комментариев, чем на постоянно обновляемой странице газеты. Исследование так же показало, что обновления с фотографиями получают больше отклика и вовлечения читателей, нежели обычные материалы [11].

В любом случае, обнадеживает то, что газеты используют Facebook, и их уровень взаимодействия с людьми намного превосходит другие бренды. Это хороший индикатор того, что они понимают, как вовлекать пользователей.

Так же, как крупные национальные газеты используют социальные медиа, включают в свою работу новые технологии и маленькие местные издания. Отличный пример инноваций, примененных местной газетой The Cincinnati Enquirer: они запустили приложение «Porkopolis» [12]. Приложение сочетает в себе местные новости вместе с купонами и соглашениями для области. Таким образом, они сочетают два тренда: приложение для конкретной области и ежедневные сделки. Интересно видеть, как издание расширяется только за счет новостей, предложенных в мобильном приложении.

Такой способ несколько не ограничил Cincinnati Enquirer, как и многие местные газеты, они используют социальные технологии и в работе с блогерами, чтобы изменить способ сбора и распространения информации.

Исследование было проведено в два этапа.

На первом этапе было проведено исследование 50 блогов казахстанских журналистов, зарегистрированных на платформе LiveJournal. Блоги были выбраны с помощью мониторинга веб-сайтов СМИ, Google, Яндекс, частных контактов авторов и поисковика LiveJournal. Для опроса журналистов- блогеров использовался мессенджер LiveJournal. Журналистам задавались вопросы о том, как они используют LiveJournal для профессиональных целей. Обратная связь опроса составила 98 ответов.

На втором этапе были проведены анонимные глубинные интервью с 21 казахстанским журналистом для лучшего понимания результатов проведенных опросов. Журналистам задавались вопросы о роли и пользе социальных медиа (Twitter, Facebook, блоги) в их профессиональной деятельности. Несмотря на некоторую ограниченность, мы считаем, что это исследование позволяет вполне определенно ответить на вопросы: как казахстанские журналисты используют социальные медиа, и какие факторы влияют на формы использования социальных медиа.

Результаты исследования показали, что в целом опрошенные журналисты используют социальные медиа для профессиональной работы довольно активно (таблица 1). Как и следовало ожидать, число так называемых «прагматичных конформистов» и «увлеченных активистов» выше среди молодых журналистов.

В определенной степени эти результаты подтверждают мнение о том, что «...на сегодняшний день традиционные СМИ стали скорее «кладбищем» для некогда подававших большие надежды казахстанских журналистов старшего и среднего поколения...».

Таблица 1. Использование социальных медиа в профессиональных целях (один или два раза в день) (в % от числа респондентов)

| Возраст | Возраст | | |
|--|---------|-------|-----|
| | <40 | 40–55 | >55 |
| Использование для профессиональных целей | 81 | 72 | 39 |
| Использования (всего) | 76 | | |
| Число ответов в каждой группе | 341 | 117 | 36 |
| Число ответов в выборке | 500 | | |

Возраст блогеров (40 лет) объясняется тем, что казахстанская молодежь, как правило, - основной контингент популярных интернет-сервисов и сайтов социальных сетей. Однако было бы упрощением объяснить полученные результаты лишь «возрастным консерватизмом». Распределение предпочтений между различными социальными медиа-платформами позволяет обсудить конкретную модель использования социальных медиа журналистами (таблица 2).

Facebook, как представляется, - наиболее предпочитаемая онлайн сеть среди опрошенных журналистов: 62 процента респондентов используют ее по крайней мере один раз в день. Частота использования Twitter казахстанскими журналистами гораздо ниже – 23 процента. 25 процентов опрошенных журналистов используют в профессиональных целях другие социальные сети. Данные результаты отчасти подтверждаются статистикой использования социальных сетей казахстанской Интернет-аудиторией [13].

Говоря о «других социальных сетях» в данном случае, мы имеем в виду в первую очередь чрезвычайно популярные социальные сети ВКонтакте и Одноклассники.

Таблица 2. Использование социальных медиа для профессиональной деятельности (на ежедневной основе)

Частота использования социальных медиа, в %

| | | |
|---|---------------|----|
| 1 | Чтение блога | 72 |
| 2 | Ведение блога | 21 |

| | | |
|---|------------------------|----|
| 3 | Facebook | 62 |
| 4 | Twitter | 23 |
| 5 | Другие социальные сети | 25 |

Довольно высокая активность в блогосфере является специфической особенностью использования социальных медиа казахстанскими журналистами. Они довольно активны в чтении и в написании отдельных блогов. Так, 72 процента читают блоги, по крайней мере один раз в день. 21 процент респондентов делают записи в личном блоге ежедневно или чаще.

Казахстанская журналистика связана с литературой. Современная казахстанская журналистика отличается от журналистики в демократических культурах в своей «литературной ориентированностью» и тенденцией к персонификации [14]. Ведение блога стало подходящим жанром для журналистов, которые традиционно склонны к написанию длинных текстов, общению с аудиторией в перифрастической манере, использованию иллюстрации. Данные особенности казахстанской журналистики также можно проиллюстрировать следующим ответом журналиста-блогера LiveJournal.

«Нашим людям нужны широкие [...] открытые пространства для публикации свои бессмертных шедевров. Они также нуждаются в неограниченном пространстве для ведения блогов, чтобы делать записи, комментировать что-то в нелинейном режиме, публиковать новости и обновления друзей» [блогер, LiveJournal, редактор мужского журнала].

На самом деле, журналисты пытаются использовать преимущества каждого сервиса. Ведение блога является более предпочтительным для длинного текста; 140 символов Twitter - лучше для коротких динамически меняющихся новостей и тому подобное. Анонимные глубинные интервью позволяют уточнить различные модели использования социальных медиа-платформ для профессиональной деятельности:

«Я предпочитаю LiveJournal и Facebook. Все мои материалы - готовые тексты - я публикую в этих онлайн-социальных сетях на регулярной основе. У меня также есть аккаунт в Twitter, но там есть только 500 подписчиков, так что я использую его реже» [блогер, 37 лет, журналист, фрилансер, активно сотрудничает с газетой «Казахстанская правда»].

«Я часто пишу V Kontakte; как правило, с помощью этой социальной сети, я ищу людей, которые мне нужны для моей работы. У меня есть также блог на LiveJournal, но в целом для меня это не такой важный ресурс в настоящее время, так что я не стараюсь регулярно обновлять его» [блогер, 27 лет, журналист, редактор интернет-журнала].

«Я предпочитаю Facebook. Я публикую там мои материалы, веду диалог с аудиторией и добавляю некоторых людей в список друзей. Неадекватные комментарии крайне редки. Я не люблю внутренние социальные сети типа Одноклассники и ВКонтакте» [блогер, 55 лет журналист, главный редактор веб-журнала, обозреватель].

Как показали опросы, социальные медиа часто используются журналистами для публикации контента на общественно-политические вопросы. 40 процентов, опрошенных принимают участие в общественно-политических дискуссиях, ведущихся в блогах. Кроме того, казахстанские журналисты в какой-то степени пытаются заработать на социальных медиа, PR и рекламе (таблица 3).

Высокая активность журналистов в общественно-политическом дискурсе легко объясняется особенностью казахстанской публичной сферы. Интернет в Казахстане является в определенной степени заменой «разговоров на кухне». Согласно выводам В.Гатова, казахстанская блогосфера стала служить неким дискуссионным ядром, которое включает большую часть общественного дискурса по политическим и общественным вопросам [15]. В ходе опроса журналисты подтвердили важную роль блогов для общественно-политических дискуссий:

«Думаю, что использование блога - привычка. Блог дает возможность выразить себя, поделиться своими мыслями с большой аудиторией. Это возможность быть частью общества, иметь пространство для выражения мнений и убеждений. В блогах нет никакой цензуры. Но у меня есть аккаунты, как на Twitter, так и на Facebook. Блоги – инструмент для публикации и трансляции информации, которая будет открытой и доступной для каждого» [блогер, 46 лет, фрилансер].

Таблица 3. Цель использования социальных медиа (пользователей каждого типа социальных медиа; процентов респондентов)

| | Цель | В % респондентов | | |
|----|---|------------------|-----|-------|
| | | FB | Tw | Блоги |
| | <i>Социальные медиа</i> | | | |
| 1 | Поиск новых идей | 81 | 60 | 73 |
| 2 | Поиск информации для целей журналистского расследования | 71 | 66 | 78 |
| 3 | Обратная связь с аудиторией | 76 | 53 | 41 |
| 4 | Общение с коллегами | 82 | 48 | 33 |
| 5 | Публикация контента помимо основной работы | 63 | 40 | 51 |
| 6 | Расширение аудитории, самопиар | 69 | 51 | 40 |
| 7 | Повышение узнаваемости бренда СМИ (работодателя) | 60 | 45 | 25 |
| 8 | Профессиональная дискуссия | 64 | 32 | 37 |
| 9 | Заработок на рекламе | 21 | 14 | 15 |
| 10 | Обсуждение интересующих социальных и экономических вопросов | 68 | 40 | 40 |
| | Число ответов | 367 | 248 | 344 |

Публикация контента помимо обычной работы в социальных медиа также распространена среди казахстанских журналистов. Как уже упоминалось выше казахстанские СМИ и в первую очередь национальные телеканалы контролируются государством [16]. Этот контроль (надзор) принимает формы цензуры, которая также может быть представлена в виде редакционной политики и самоцензуры. Это негативно сказывается на работе журналистов.

Помимо всего прочего казахстанские журналисты используют блоги для преодоления редакционных ограничений. Опрошенные журналисты рассказали, как они используют социальные медиа в качестве дополнительных инструментов:

«Я начал ведение блога только потому, что есть вещи, которые не будут опубликованы в газете, где я работаю, но я чувствую необходимость их публичного обсуждения [...], когда я хочу создать общественный резонанс, чтобы предать гласности некоторые факты, поднять проблему, или уведомить власти, я просто пишу сообщение в блоге. В 90 процентах случаев сообщение становится заметным [...] и широко обсуждается. [...] Понятно, что региональные и местные власти следят за потоком информации и дискуссиях вокруг нее...» [блогер, 42 года, интернет-газета zona.kz].

«Что должен сделать сторонний наблюдатель, если он хочет писать о кино? Он должен создать блог и писать там, столько, сколько он хочет. Я работаю в нескольких СМИ. Одно из них дает мне возможность вести блог на своем сайте. Но это только один из трех моих блогов.» [блогер, фрилансер].

Ведение блога также создает потенциал для получения прибыли, особенно для фрилансеров:

«Блог стал частью информационного пространства, и если мои материалы стоят того, они иногда принимаются (и оплачиваются) ведущими интернет-СМИ. Меня в работе интересует только несколько вопросов: является текст хорошим или плохим, интересным или неинтересным... Выражение "текст вне формата" сводит меня с ума. В журналистике сегодня можно работать без посредников. Вам вполне хватит на жизнь, если вы работаете

и хорошо пишете [блогер, фрилансер, 40 лет, сотрудничает с интернет-СМИ, радио и национальными газетами].

Было бы логично предположить, что казахстанские журналисты используют социальные медиа в основном для публикации коммерчески прибыльного контента вне обычной работы: на самом деле они считают Facebook, Twitter и блоги инструментом для «зарабатывания денег с помощью рекламы или PR».

Использование социальных медиа-платформ журналистами может быть связано с тем, что журналист в Казахстане – молодая профессия в целом. Разница наиболее заметна при использовании блогов на платформах, таких как LiveJournal. Более 50 процентов казахстанских журналистов указали, что они используют блоги для публикаций в основном некоммерческого содержания, кроме обычной работы, а 25 процентов - что они пишут в своем личном блоге каждый день.

Использование блогов казахстанскими журналистами, хорошо вписывается в литературные традиции журналистики: мнения и дискуссии являются наиболее важными. Эта традиция казахстанской интеллигенции достигает нового пространства в блогах. Причиной может быть особое понимание журналистики.

Подводя итоги, следует отметить, что новые социальные сети стали полноценным социальным институтом современного общества и их основными характеристиками являются доступными интерактивные коммуникации; прямое участие пользователей в генерации и ретрансляции медиа-контента; высокая степень вовлеченности пользователей в процесс интерактивного общения; максимальная скорость обратной связи между пользователями; персонализация пользователя. А в качестве характерных свойств новых социальных медиа выступают универсальность, интерактивность, доступность, мобильность, коммуникативность.

Новые социальных медиа обладают и специфическими вполне универсальными возможностями - это возможность работы с аудио- или видеоматериалами, со статическими или динамическими видеодокументами; с макро- или микрообъектами, а также текстами [17].

Универсальность новых социальных медиа выражается также и в тематической разносторонности информации, её глобальности, всеохватности и многофункциональности, что само по себе является новым, более качественным уровнем развития для журналистов современного общества.

Литература

1. Сумленный С. Пьяная вечеринка в «Фейсбуке» // Эксперт. — 2010. — №30-31. 2-15 августа 2010. С. 8
2. Пол Гиллен. Новые агенты влияния. USA: Society for New Communications Research, 2009. 80 с.
3. Вартанова Е. Л. Финская модель на рубеже столетий: Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. М.: Изд-во МГУ, 1999. 287 с.
4. Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. СПб.: Питер, 2010. 450 с.
5. Rebecca Lieb & Jeremiah Owyang. The Converged Media Imperative: How Brands Must Combine Paid, Owned, and Earned Media. Altimeter Group, 2012. 24 с.
6. Бабочиева М. Л. Профессионализация PR-деятельности в России // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Серия: Социально-гуманитарные науки. Челябинск: ЮУрГУ, 2006. № 8. 270 с.
7. Mark W. Schaefer. Social Media Marketing Books. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.businessesgrow.com>, свободный.
8. NetProspex Social Business Report. A comprehensive report on the use of social media by business people across the US [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.slideshare.net/PierreBouchard/net-prospex-socialbusinessreportssummer2011>,

- свободный.
9. Читаем прессу на Apple iPad [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ixbt.com/td/ipad-reading.shtml>, свободный
 10. David Cohen. NYT Social Media Editor Liz Heron on Guidelines: 'Don't Be Stupid' [Электронный ресурс].— Режим доступа <http://qoo.by/19gd> свободный.
 11. Facebook statistics directory [Электронный ресурс]. — Режим доступа <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook>, свободный.
 12. Oink! Gannett and DoubleDutch Team Up for Porkappolis, a Cincinnati local news and deals app [Электронный ресурс].— Режим доступа <http://qoo.by/19gf> свободный.
 13. Сколько людей "сидят" в соцсетях в Казахстане [Электронный ресурс].— Режим доступа <https://tengrinews.kz/internet/skolko-lyudey-sidyat-v-sotssetyah-v-kazahstane-288639/> свободный
 14. Козыбаев С.К. и др. Журналистика Казахстана. Энциклопедия. — Алматы, 2006. - 30 с.
 15. Гатов В. Будущее журналистики. [Электронный ресурс].— Режим доступа <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/> свободный
 16. Медведникова Д. Роль новых медиа в современной журналистике Казахстана. 14-я центральноазиатская конференция СМИ Ашхабад, Туркменистан 5-6 июля 2012 г.1 с. 63-70.
 17. Лекционный курс. Роль медиа в современном мире и образовании. [Электронный ресурс]. — Режим доступа <http://qoo.by/19gg> свободный

З.А. Мельдибекова

К.и.н., ассоциированный профессор МУИТ

ШЁЛКОВЫЙ ПУТЬ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Аңдатпа. Бізде тарих бар. Оны білу және құрметтеу - біз орындай алатын қасиетті борышымыз. Цифрландырудың пайда болуымен біздің қоғам сөзсіз интеллектуалдық тұрғыдан дамып, өседі, бірақ сонымен бірге патриоттық рухтың, өткенге деген немқұрайдылықтың жоғалуы байқалады. Еш нәрсенің пайда болмайтынын есте ұстаған жөн, тіпті, ең маңызды емес оқиғалардың артында да тарих жатыр. Көрінбейтін жіп өткен және қазіргі және болашақ арасында созылып, болып жатқан оқиғаларды байланыстырып, біріктіреді.

Связь с прошлым. Почему это так важно для казахов?

Прошлое — это вековые традиции и обычаи, это связь с предками, с историей родной земли, родного государства. Отдавая дань уважения прошлому, мы неосознанно переносим его элементы в настоящее. И по сей день казахи помнят и чтят свои традиции. Так они и поддерживают эту хрупкую, но незыблемую связь прошлого поколения с нынешним. События прошлых веков неотступно следуют за нами в настоящее.

Великий Шелковый путь – грандиозный торговый маршрут, соединивший Восток и Запад и ставший причиной возникновения множества уникальных городов, исторических памятников, обычаев и даже государств.

Еще в средние века венецианский купец Марко Поло назвал караванные пути шелковыми. А в научный оборот термин «Великий шелковый путь» в 1877 году ввел немецкий исследователь Фердинанд Рихтгофен в своем фундаментальном труде «Китай».

Но какое значение этот путь имел для обычных местных жителей городов, через которые он пролегал?

Информация. Прежде всего, люди получали новую для них информацию о других городах, культурах, о другой, необычной для них, жизни.

Великий Шёлковый путь существовал в период со 2 в. до н.э. до 15 в. н.э. Посредством него по территории Казахстана распространялись товары, продукты,

драгоценности, культура соседних государств, а также их религия. Великий шёлковый путь был своеобразным мостом, соединявшим Казахские земли.

В формировании Великого шелкового пути решающую роль сыграл древнекитайский чиновник Чжан Цянь. В 138 году до н.э. он отправился с опасной дипломатической миссией к кочевникам из племени юэчжей, чтобы убедить их стать союзниками китайской империи Хань в борьбе с кочевниками сюнну, нападавшими на империю с севера. Чжан Цянь стал первым китайцем, который побывал в Средней Азии – в Согдиане и Бактрии. Там он узнал, каким огромным спросом пользуются китайские товары, в особенности шёлк, и увидел много вещей, о которых китайцы не имели представления. Вернувшись в Китай в 126 году до н.э., он представил императору доклад о выгодах прямой торговли между Китаем и государствами Средней Азии.

Долгое время натуральный шелк ценился на вес золота из-за невероятной прочности, легкости, а также способности долго сохранять тепло, и был доступен лишь богачам. История появления шелковой ткани начинается с 2600 года до н.э. и связана с одомашниванием в Китае тутового шелкопряда (*Bombycidae* — на фото). Китайцы, умевшие хранить секреты, никому не открывали свою тайну, а любая попытка вывезти гусениц, бабочек или яйца шелкопряда за пределы страны каралась смертной казнью.

В течение тысячи лет Китай оставался монопольным производителем шёлка. Использование шёлка в Китае не ограничивалось только одеждой, ему находилось также и другое применение, например, в письменности.

Шелк, изобретенный в Китае, был главным предметом торговли, он и определил название пути.

Шёлк был хотя и главным, но далеко не единственным товаром, который перевозился по трансконтинентальному пути. Из Центральной Азии вывозились хуттальские кони, весьма ценимые в Китае, военное снаряжение, золото и серебро, полудрагоценные камни и изделия из стекла, кожа и шерсть, ковры и хлопчатобумажные ткани, экзотические фрукты — арбузы и персики, курдючные овцы и охотничьи собаки, леопарды и львы. Из Китая караваны везли фарфор и металлическую посуду, лакированные изделия и косметику, чай и рис. В дорожных мешках купцов можно было найти слоновые бивни, носорожьи рога, черепаховые панцири, пряности и многое другое.

Великий шёлковый путь сыграл большую роль в развитии экономических и культурных связей народов Передней Азии, Кавказа, Средней Азии и Китая, он служил проводником распространения технологий и инноваций, в том числе в искусстве, религии, технологии производство шёлка, пороха, бумаги. При этом практически все технологии распространялись из Китая на запад, а не в противоположном направлении.

Основная трасса пути пролегалa через юг Казахстана, от границы Китая торговые караваны двигались через города Сайрам, Яссы, Отрар, Тараз далее в Центральную Азию, Персию, на Кавказ и оттуда в Европу.

Именно на месте торговых путей в последствии появились все эти города. Торговцы, преодолевая огромные казахские степи, устраивали остановки, которые со временем разрастались в более масштабные поселения. Жители этих городов имели возможность покупать и узнавать всё необходимое им.

На современном этапе развития мира идет процесс реализации цифрового шёлкового пути.

Сейчас же люди совершенно иначе получают знания. Что происходит на данный момент?

Цифровизация. Масштабная цифровизация постепенно, день за днём, охватывает весь мир. Регулярно совершаются информационные открытия, разрабатываются новые технологии и гаджеты. Всемирная паутина захватывает всё больше городов и стран, вовлекая людей в мир интернета. И Казахстан не исключение. Сейчас в стране активно действует государственная программа «Цифровой Казахстан».

Государственная программа «Цифровой Казахстан» – это важная комплексная программа, которая нацелена на повышение уровня жизни каждого жителя страны за счет использования цифровых технологий.

Основными целями Программы стали ускорение темпов развития экономики Республики Казахстан и улучшение качества жизни населения, создание условий для перехода экономики на принципиально новую траекторию – цифровую экономику будущего. Согласно последним данным, реализация госпрограммы будет проводиться в период 2018-2022 годов в пяти ключевых направлениях:

1. «Цифровизация отраслей экономики» – преобразование традиционных отраслей экономики РК с использованием прорывных технологий и возможностей, которые повысят производительность труда и приведут к росту капитализации.

2. «Переход на цифровое государство» – преобразование инфраструктуры государства для предоставления услуг населению и бизнесу, предвосхищая их потребности.

3. «Реализация цифрового Шелкового пути» – развитие высокоскоростной и защищенной инфраструктуры передачи, хранения и обработки данных.

4. «Развитие человеческого капитала» – преобразования, охватывающие создание креативного общества и переход к новым реалиям – экономике знаний.

5. «Создание инновационной экосистемы» – создание условий для развития технологического предпринимательства с устойчивыми связями между бизнесом, научной сферой и государством, а также внедрение инноваций в производство.

Все мероприятия и проекты, реализованные в рамках программы «Цифровой Казахстан», помогут повысить эффективность и прозрачность государственного управления, обеспечить занятость населения, повысить качество образования и здравоохранения, улучшить инвестиционный климат, повысить производительность труда и рост доли малого и среднего бизнеса в структуре ВВП.

"И мы также адаптируемся к этой новой реальности. Запущена программа "Цифровой Казахстан", ее реализация обеспечит развитие цифровой инфраструктуры, IT-экосистемы в стране, цифровая грамотность казахстанского населения превысит 85%. Используя новые технологии, мы планируем в обрабатывающем секторе за пять лет увеличить производительность труда в полтора раза", — заявил в своём послании народу первый президент республики Казахстан – Нурсултан Абишевич Назарбаев.

Бывший глава государства принял участие в республиканском совещании по вопросам цифровизации. В совещании приняли участие руководители государственных органов, национальных компаний, депутаты Парламента Республики Казахстан, представители крупных иностранных предприятий и организаций. Приняв во внимание данные, озвученные в ходе презентации государственной программы «Цифровой Казахстан», Назарбаев отметил важность активного внедрения цифровых технологий для развития экономики страны.

«За годы независимости нам удалось войти в число 50-ти конкурентоспособных стран мира. Сейчас стоит задача по вхождению в 30-ку, которая требует от Казахстана нового инновационного развития и ускоренного технологического обновления. Поэтому в начале года я объявил в своем Послании народу Казахстана о Третьей модернизации, стержнем которой является цифровизация», - поделился планами на будущее Нурсултан Назарбаев.

Так же он подчеркнул, что цифровизация необходима для повышения конкурентоспособности предприятий и страны в целом, а также улучшения качества жизни населения. Нурсултан Назарбаев остановился на отдельных направлениях цифровизации, которые требуют особого внимания со стороны уполномоченных органов и предприятий.

«Важно выстроить взаимодействие государства и частных предприятий и

организаций. Нужно создавать условия для широкого внедрения бизнесом цифровых технологий», — сказал Первый Президент Казахстана.

Одно из главных направлений данной программы – «Цифровой шелковый путь». Обеспечение скоростного и безопасного доступа в интернет и качественное покрытие мобильной связью на территории всей страны являются первоначальными задачами пути.

Развитием и реализацией мероприятий направления «Цифровой шелковый путь» занимаются государственные органы и национальные компании, такие как Министерство цифрового развития, оборонной и аэрокосмической промышленности, Комитет Национальной безопасности, Министерство индустрии и инфраструктурного развития, АО "Казтелерадио", АО "Национальные информационные технологии".

Основным отличием Великого Шёлкового пути от Цифрового является масштаб передаваемой информации и скорость передачи данных. Сущность остаётся той же. Передача и обогащение знаний человека, расширение его кругозора, общение.

Однако не только хорошее и необходимое принёс Великий Шёлковый путь людям. Теми же самыми путями, что и товары, и информация, в XIV веке распространялась «чёрная смерть» или чума. Данное заболевание поражало жителей Европы несколько раз, но именно вторая вспышка, известная как Чёрная смерть, стала самой известной в истории человечества.

Подхватив инфекцию, караваны разносили её по всему торговому пути. Переносчиками заболевания являлись животные, в шерсти которых обитали блохи или клещи. Например, верблюды подвержены чуме и способны передавать ее людям.

Таким образом, Великий шелковый путь благодаря используемым транспортным средствам стал отличным проводником не только экономических и культурных достижений, но и чумы.

Так, безобидные на первый взгляд животные были переносчиками опаснейшего заболевания, унёсшего жизни миллионов.

А в наше время вместе с цифровизацией в жизни людей пришла другая серьёзная угроза, которую тоже можно назвать «чумой». Это киберпреступления. Безобидные на вид сайты могут стать угрозой не только для работы компьютера, но и для жизни людей. Похищение личных данных, распространение детской порнографии, организация террористических атак, пропаганда насилия, агитация на митинги, призыв к суициду – это лишь немногие из возможных угроз, которые принёс интернет. Сейчас информация распространяется слишком легко и быстро, и не каждый в состоянии уберечь себя и своих близких от этой разрушающей интернет-болезни.

После великих географических открытий, относящихся к концу XV-началу XVI вв., межконтинентальные сухопутные торговые пути пришли в упадок. Быстрота морского передвижения, возможность транспортировать значительно большее количество товаров, относительная дешевизна перевозок стали приводить к тому, что с конца XV в. значение сухопутного Великого Шелкового пути начинает падать. Хотя некоторые из его ответвлений, особенно в высокогорном узле, связывающем Таджикистан, Афганистан, Китай, Пакистан и Индию, просуществовали до начала XX века.

Во время гражданской войны в Китае уже разрушенный Великий Шелковый путь еще раз сыграл важнейшую роль в истории республики. В 1939 году, после того как японцы захватили все морские порты Китая, правительство Гоминьдана попросило СССР построить автомобильную дорогу примерно по маршруту северного направления Шелкового пути. Дорога пролегла от железнодорожной станции Сары-Озек на Турксибе, через Хоргос, Кульджу, Хами, до Ланьчжоу, на протяжении около 3 тысяч км. В 1940 году Великобритания по требованию Японии закрыла Бирманскую дорогу, и Шелковый путь в советском исполнении стал единственной дорогой, по которой Китай мог получать помощь извне. В 1937-1941 годах по этой дороге осуществлялись интенсивные военные поставки, в том числе новейшее вооружение и военная техника. Эти поставки позволили

правительству Гомиьндана продержаться в борьбе с японцами.

На сегодняшний день люди активно интересуются историей Шёлкового пути.

Проект «Новый путь в Европу» основан на развитии диалога между странами и народами, принадлежащими к различным культурам и общественно-экономическим системам, исповедующим разные религии. Одновременно с организацией научных исторических, археологических и экологических исследований в проекте ЮНЕСКО уделено большое внимание развитию торговли, культурно-туристическому освоению современных трасс древних караванных путей: строительство отелей, создание фольклорно-этнографических центров, музеев, возрождение народных промыслов и ремесел, сотрудничества молодежных организаций, издательско-просветительской деятельности.

Великий Шёлковый путь – это прежде всего обмен материальными и духовными ценностями, который в течение двадцати веков связывал своеобразные и неповторимые цивилизации Востока и Запада. Опыт прошлого позволяет лучше понять друг друга, ощутить преемственность развития цивилизации. Великий Шёлковый путь, таким образом, выступает как одна из древнейших интеграционных моделей развития человеческого сообщества.

Но, как бы то ни было, Великий Шёлковый путь всё-таки утратил своё первоначальное значение и перестал существовать.

Вместо него, спустя шесть веков, появилось нечто более прочное и устойчивое, то, что не утратит своё значение спустя множество десятилетий – Цифровой Шёлковый путь, проложивший свой маршрут не только через весь мир, но и через несколько поколений.

Великий Шёлковый путь – это важная, неотъемлемая часть истории Казахстана. Это прошлое казахского народа, о котором нельзя забывать, которое нельзя недооценивать. Великий Шёлковый путь сыграл огромную роль в становлении и развитии культуры Казахстана. Он привнёс новые знания в жизни людей, разнообразил их.

Цифровой Шёлковый путь, в свою очередь, каждый день значительно облегчает будни человечества.

В офисе, в школе, дома люди постоянно пользуются интернетом, и, сделав его качественнее, распространив в малонаселённые районы государства, наша страна совершит большой прорыв в области информационных технологий, обеспечит более комфортные условия для жизни людей и займёт устойчивую позицию среди развитых в сфере IT стран.

В заключение, отметим еще раз, что Великий Шёлковый путь в прошлом имел огромное значение в развитии Казахстана и в жизни людей. Человек должен помнить, чтить и уважать историю своего народа, своей земли. В тоже время, человек должен развиваться, идти вперёд. Именно поэтому в наши дни появляется Цифровой Шёлковый путь, который призван развивать и укреплять связь между странами и народами.

Список используемой литературы:

1. <https://ru.sputniknews.kz/>
2. <https://ru.wikipedia.org>
3. <https://www.advantour.com>
4. <https://ru.wikipedia>.
5. <https://elementy.ru>
6. <https://www.advantour.com/rus/silkroad/history-decline.htm>
7. <https://24.kz/ru/news>
8. <https://www.krugosvet.ru>
9. <https://www.europe-china.kz/info/68>
10. <http://www.tarih-begalinka.kz/ru/timetravel/silkroad/>

ТЕЛЕХАБАР МЕН КӨРЕРМЕН АРАСЫНДАҒЫ КЕРІ БАЙЛАНЫС ФЕНОМЕНІ

Мақалада телеарналар мен көрермен арасындағы кері байланыс процесіне талдау жасалады. Бүгінде әлеуметтік желінің жұмысы қарқынды дамып тұрған сәтте телевизия саласы бұған қалай бейімделуде, аудитория көңілін аудару үшін қандай әрекеттер жасауда және телебағдарламаның тың туындыға айналуына көрермен ықпалы бар ма деген сауалдарға ғылыми тұрғыда жауап ізделеді.

Түйін сөздер: интерактивті, феномен, пост, телеконтент, репост, медиа, телекоммуникатор.

Соңғы уақытта телевизия саласында «интербелсенділік» немесе «интерактивтілік» сөзі кеңінен қолданыла бастады. Тіпті кәсіби термин ретінде орнықты деуге болады. Ал қазіргі кәсіби түсінік бойынша «интерактивті телевизия» дегеніміз телеконтент жасау кезіндегі аудиторияның түрлі формадағы белсенділігі. Деректерге сүйенсек, өткен ғасырдың соңында америкалық коммуникация және медиа зерттеу орталықтарында «interactive media» деген термин ғылыми айналымға енеді [1]. Бұл терминнің негізінде көрермен компьютерлік желілер арқылы телекоммуникатормен байланыса отырып телеөнім барысына араласауы жатқан еді. Осылайша «interactive media» екіжақты ақпарат алмасуға мүмкіндік туғызды.

Н.Рассел «The mass media interactivity is a new stage of electronic communication tools, indicating that both the communicator and the audience have increased the communication process management» (Аудармасы: Масс медианың интерактивтілігі деп коммуникация процесін басқаруда коммуникатордың да, көрерменнің де үлесі артқанын көрсететін электронды коммуникация құралдарының жаңа сатысы) [2].

Демек, қазіргі таңда телеөнім өндірушілер мен аудитория арасындағы қарым-қатынастың жаңа түрі қалыптасуда. Екіжақтық байланыстың күшеюі телевизиялық контенттің сапасына ықпал етеді. Соның нәтижесінде телекоммуникатор (ТВ өнім өндіруші) мен телекөрермен арасында диалогтық және интерактивті байланыс нығаюда. Ғалым Қ.Мысаева: «Интерактивтілік тұтынушының мазмұнға тікелей араласып, тіптен оның толық құқықты авторы болуға ұмтылуына байланысты. Дәстүрлі медиада мазмұн азаматтардың дифференцияланбаған үлкен тобына арнап әлеуметтік институттардың көмегімен жасалып, мемлекетке немесе жеке тұлғаларға тиесілі арналар арқылы таратылса, қазір арналарға қолжетімді және мазмұнды интернет желісінің кез келген тұтынушысы барлығына бірдей және еркін тарата алады. Сондықтан интерактивтілік – бұл жаңа медианың ең маңызды сипаты және оның аясында мазмұнға кез келгеннің ықпал ету мүмкіндігі бар. Сонымен қоса, хабарламаны жасаған тұлға мен тұтынушы арасындағы шекара жоғалады», - дейді [3].

Тележурналистикадағы интербелсенділік біріншіден, әлеуметтің өз ойын ортаға салып эфирге шығуына мүмкіндік берсе, екіншіден ол телеөнімнің құрылымы мен мазмұны. Ал көрермен үшін маңызды факторлардың бірі –телеөнім нәтижесіне әсер ете алу. Міне, осындай жағдайлар телеарнаның мақсатты аудиториясын қалыптастыруға ықпал етеді.

Зерттеулер көрсеткендей, интербелсенділік, яғни кері байланыс жаңа медиаға дейін де болған. Желілік байланысқа дейін:

- эпистолярлық (редакцияға келіп түскен хат-хабар);
- «әпсәттік» (хабар жүріп жатқан кездегі телефон байланысы);
- қосарлы авторлық (басылымды шығаруға және бағдарлама даярлауға авторлық активті арттыру);
- тестілеу (редакция жұмысы туралы анкета тарату, бетпе-бет сұхбат, телефон арқылы аудиторияның пікірін білу);
- консультативтік (оқырмандар немесе көрермендер конференциясы кезінде

редакция өнімін талқылау, ақылкеңес тыңдау, ашық хаттар күнін өткізу);

- сараптамалық (эксперттік) (БАҚ жұмысы туралы шолуларды зерттеу, журналистика тәжірибесі туралы зерттеулер мен ғылыми-сыни материалдарға құлақ қою, сарапшы-мамандар пікірін тыңдау);

- зерттеушілік (нақты аудитория динамикасын, өсуін не кемуін рейтингтік әдіспен өлшеу) [4] секілді түрлері болған.

Қазақ телевизиясы тарихына үңілсек, 70-80 жылдары көрермендермен кері байланыс хат арқылы орнағандығын көре аламыз. Сол арқылы тележурналистер хабарларында көтерілген мәселелердің тиімділігі, аудиторияға әсерін біліп отырған. 1971 жылы Қазақ ССР Телевизия және радиохабарлары жөніндегі Мемлекеттік комитет бөлімдеріне 134,201 хат пен корреспонденция келген. Ең маңыздысы осы хаттардың 70-80 пайызы белгілі бір формада эфир материалдары ретінде пайдаланылған [5].

Дәл осы жылдары көрермендерді ашық әңгімеге тарту, студияда аудиториядан келген хаттарды пайдалана отырып, диалог орнату әдісі де қолданылған. «Біздің адресіміз-телевизия студиясы», «Келіңіздер, кеңеселік!» деп хабар атаулары айтып тұрғандай, халықпен шынайы әңгіме жасау қолға алынды.

«Көрермен хаттары теледидар жұмысының барометрі сияқты. Телехабардың қызғылықты өтуіне сол сәттегі байланыс қажет болса; көпшілікпен кездесу, аудитория психологиясына тиімді әсер етеді; ал аудиторияны арнайы зерттеу БАҚ қызметінің стратегиялық жоспарында дұрыс бағыт ұстануына жол сілтейді» [6].

Ал теледидарда көрерменмен телефон арқылы кері байланыстың орнауы 80-ші жылдардың басында жүзеге асты. Телешолушы А.Жақсыбеков жүргізген «Проблема-ізденис-шешім» хабары аудитория тарапынан үлкен қызығушылыққа ие болды. Студияға жауапты мемлекеттік қызметкерлер, танымал ғалымдар шақырылып, студияға қойылған телефондар арқылы көпшіліктің сауалдарына жауап берді. Құдайберген Тұрсынның сөзіне жүгінер болсақ, бұл телекөрермендерге үлкен серпіліс әкелді. Хабарға ерекше бір жан бітіріп, сол кезең үшін хабар таратудың демократиялық түрінің орныға бастаған алғашқы ұшқынын көруге болатын еді.

М.Саудбаев «Әлеуметтік желілер: Қазақстандағы тәжірибесі, проблемалары мен болашағы» атты диссертациялық жұмысында: «Медиадағы интерактивтілік тек телефон қоңырауы немесе СМС жолдауы арқылы ғана жүзеге асады десек қателесеміз. Мұнда ең алдымен көрермен телеконтентке тікелей араласуы немесе өздері қалаған телебағдарламаларды көре алу мүмкіндігіне ие болу керек» [7]. Деректерге назар салсақ, мұндай мүмкіндікті тоқсаныншы жылы АҚШ-тың желілік арналары жүзеге асырған. Ал толықтай интерактивті телеарна бірінші болып Ұлыбританияда пайда болды. 1999 жылы «British Sky Broadcasting» (BSkyB) сандық телекомпаниясы «Sky Sports extra» атты интерактивті телеарнаны іске қосты. Жұртшылық алғаш рет телерепортажды басқаруға қол жеткізіп қана қоймай, әртүрлі камераларды «парақтауға» мүмкіндік алды. Көрсетілген бейнелерді 30 секунд ішінде қайта қарай алды.

Осы жылдың қазан айында Лос-Анжелес, Беверли-Хиллз шаһарларында да интерактивті телеарналар ашылғанымен, қысқа уақыт ішінде қызметтерін тоқтатуға тура келді. Оған кәбілдік қызмет бағасының жоғарылығы, компьютерлік бағдарламалардың жеткілікті деңгейде дамымауы себеп болды. Аталған интерактивті телеарналар тәжірибесі тек коммуникациялық технологиялар ғана емес, Интернет желілерінің қосылуы арқылы да масс медиа мен аудитория арасындағы интербелсенділік деңгейін көтеруге болатынын көрсетті.

Ал біздің елде ID TV (www.id-tv.kz) брендімен интерактивті сандық теледидар қызметі 2009 жылы іске қосылды. «ID TV интерактивтік сандық телевизия қызметінің айырықша мүмкіндіктерін көрсетуге арналған. Интерактивті – екіжақты өзара іс-қимылды қамтамасыз ету, яғни абонентке контентті басқаруға (бағдарлама таңдау, талап бойынша бейне, пауза, кері айналдыру) жағдай жасайды. Мәселен, «Талап бойынша видео» сервисі

оператордың видеотексынан фильмдерді таңдауға мүмкіндік береді. Ал «бағдарламаны кейінге қалдыру» сервисі тұтынушы тәулік ішінде көрсетілетін телебағдарламаларды тамашалау үшін жеке кестесін жасай алады» [8]. Арнаның ұсынып отырған қызметінен байқағанымыз, ол көрерменмен диалог құра алмайды. Аудитория телеарна қызметінің түсіріліміне немесе бағдарлама мазмұнына әсер ете алмайды. Бұдан келіп түйіндейтініміз, әзірге Қазақстандық телеарналардағы интербелсенділік арналардың web-сайттары, әлеуметтік желілердегі парақшалары, Интернет арқылы хабарлама тарату, телефон арқылы сауал тастау, SMS дауыс беру арқылы жүзеге асып келеді. Енді осы байланыстың әрқайсысына жеке-жеке тоқталайық.

Телетәжірибе көрсетіп отырғандай, көрермен үшін маңызды факторлардың бірі – телеөнімінің соңғы нәтижесіне әсер ету. Ал коммуникациялық үрдістердің жоғары болуы ең алдымен өнім мазмұнына да тікелей қатысты. Көрермен өз сұранысын қанағаттандыру үшін телеөнімді тұтынады. Ал аудитория көп жағдайда тікелей эфирде болып жатқан хабарда белсенділік танытатынын ескерер болсақ, on-line режимдегі хабарларға сұраныс жоғары. Өйткені тікелей эфир барысында көрермен сауалына дереу жауап беріліп, сол мезеттегі жағдайға бірден көңіл аударылып, екіжақты байланыс шынайы орнауына мүмкіндік бар. Тікелей байланыс кезіндегі осындай факторлар көрермен сенімін арттырып, коммуникацияның күшеюіне ықпал етеді.

Өзара байланыстың жаңа формаларының пайда болуына бірнеше жағдайлар әсер етіп отыр:

1. дәстүрлі байланыс түрлерінің өзгеруі;
2. өзара байланыстың жаңа қызметтерін ұсынып отырған коммуникация арналарына деген қызығушылықтың артуы;
3. телевизия жүйесіндегі қарқынды өзгерістер[9].

Тікелей эфирде шығатын бағдарламалардың басымдылығын арттыратын басты шарттарды саралап көрейік:

1. *Тілдік коммуникация басымдық танытып, көріністік қатар қосалқы қызмет атқарады.* Мысалы, «Әйел бақыты» ток-шоуы (Qazaqstan арнасы, 2013-2017ж. Хабар ұзақтығы: 1сағ 40мин) барысында көріністік қатардан гөрі, тікелей эфирге шақырылған қонақтардың, хабар жүргізушісі Ләйлә Сұлтанқызының сөзі назарға көбірек ілінеді. Демек, мұнда тілдік коммуникация басым болып тұр. Хабарға телефон, әлеуметтік желі арқылы байланысқа шығатын көрермендер қатары көп болды. Соның нәтижесінде бағдарламаға 3000-ға жуық кейіпкер қатысып, студияда сараланған бірқатар проблемалар шешімін тапқан. «2017 жылдың өзінде жобаның арқасында 40-қа жуық әйел жұмыспен қамтылды. 100-ге жуық кейіпкерге қаржылай көмек көрсетіліп, кейбіреуіне әлі күнге дейін көмек беріліп келді. 20 ана баласына сапалы әрі заманауи медициналық көмек алды. Жоба аясында 10 балаға мектеп формасы мен демалыс лагеріне жолдама берілді. 3 кейіпкеріміз толығымен алкогольмен айықты. 2 әйел жасанды жолмен ана бақытын сезінді. 50 әйел әлеуметтік көмек алып, өз кәсібін ашты [10].

2. *Көрерменнің тікелей эфирдегі белсенділігін арттыру.* Оларды интерактивті сауалдарға жауап беруге, сыйлықтар ұтып алуға, студияға хабарласуға жігерлендіру. Мұндай байланыс түрін күнделікті таңертеңгілік шығатын бағдарламалардан («Таңшолпан» - Qazaqstan арнасы, «Таңғы хабар» - Хабар агенттігі, «Таңғы студия» - Алматы арнасы) көре аламыз. Мысалы, «Таңғы хабар» бағдарламасының 12.07.2019 шығарылымында «Сізде қандай фобия бар?» сауал көрермендерге қойылды. Хабарға келген қонақтармен де осы күн сауалы талқыланып, диалогтар орнатылды. Сонымен қоса, +7(7172) 70-10-10 байланыс телефоны, whatsapp, tangu_khabar инстаграмм парақшаларына келген көрермен пікірі де ортаға салынып отырды.

3. *Нақты бір сценарийдің болмауы.* Бағдарлама барысындағы оқиғаның түрлі жағдайларда өрбуі сценарийдің өзгеруіне әсер етеді. Бұған мысал ретінде хабар жеңімпазын телефон арқылы жүргізілген сауалнама арқылы анықтайтын интерактивті

жобаларды алуға болады. Сол себепті телесценаристер жоба үшін бірнеше «нәтижелерді» дайындауы мүмкін. Оған мысал ретінде, «Хабар» арнасынан шыққан «Биле, Қазақстан!» жобасын алуға болады.

4. *Хабар жүргізушісіне тән сөйлеу шеберлігінің қалыптасуы.* Егер бағдарлама тізгінін ұстаушы сөзге шебер болса, телемәтінге бағынышты болмайды. Өйткені студиядағы жағдайға байланысты әңгімені өрбіте отырып, жүргізуші «өз ойындағы дүниелерді де» айтып жіберетін кездер тікелей эфирде жиі кездеседі. Осындай эфирге төселген жүргізушілер кез-келген тығырықтан шыға алады (Дана Нұржігіт, Данияр Есен, Павел Цыбулин т.б).

5. *Көрермендермен ойын арқылы байланыс орнату.* Отандық арналарда әзірге мұндай форматта тікелей эфирге шығатын хабар жоқ. Мұндай коммуникация түрі хабар рейтингісін көтеруге барынша ықпал ететінін байқауға болады. Мысалы, «Голос. Дети. Казахстан» шоуында (бейімделген бағдарлама) көрермен қазылар алқасымен бірлесе отырып қатысушыларды таңдауға ат салысады. Кей кездері аудиторияның қазылар алқасымен, хабар жүргізушісімен келіспей жататын тұстарын да байқауға болады. Міне, осылайша шоу барысында екіжақты текетірес орын алып, аудитория қызығушылығын одан сайын арттыра түседі. Мұндай жағдай 2019 жылғы «Голос. Дети. Россия» бағдарламасында болды. СМС дауыс беру арқылы 56,5% М.Абрамова жеңіске жетті. «Однако многие зрители проекта посчитали победу Абрамовой несправедливой и начали писать в соцсетях о своих подозрениях в подтасовке результатов голосования. На следующий день Первый канал признал, что зрительское голосование действительно сопровождалось "некоторыми аномальностями" и пообещал перепроверить его итоги» [11].

Осылайша көрермендердің ықпалымен М.Абрамованың бас жүлдесі кері қайтарылып, жобаның финалына шыққан қатысушылар «Жоба жеңімпазы» атанды. Мұның ішінде Қазақстандық жеткіншек Ержан Максим де бар. Әлеуметтік желідегі бірнеше күндік дау Ресейдің басты арнасындағы келеңсіздіктерді әлеуметке жариялап қана қоймай, оның шешілуіне де ықпал етті. Бұдан шығатын қорытынды – телеарна үшін көрермен пікірінен асқан пікір жоқ жеген қағиданың орындалуы.

Осы тұста көрермендермен еркін байланыстың болуын 31-арна мен МВС (Оңтүстік Корея) компаниясы бірлесе ұйымдастырған «I'm singer Kazakhstan» халықаралық талант-шоуынан да байқай аламыз. Өз өнерлерін жанды дауыспен ортаға салған таланттарға қазылар алқасымен бірлесіп залда отырған көрермендер (арнайы белгіленген секторда дауыс беруші 100 адам болды) де дауыс берді. Ал сырттағы аудитория СМС хабарлама арқылы үлес қосты. Жобаның шарты бойынша, дауыс бергенде мониторға «Көрермендердің қызығушылық шкаласы» шығып отырды. Егер осы шкала мөлшері 50%-дан асса, қатысушы қазылар алқасының пікірін тыңдауға мүмкіндік алады. Кәсіби мамандар өнерпаздың ары қарайғы тағдырын шешеді. Сонымен қоса, көрермендер үшін жобаның жеке сайты ашылды. <http://singer.31.kz> арқылы жоба, оған қатысушылар туралы нақты мәліметтер берілсе, студия көрермені ретінде қатысу шарттары да қамтылған.

«I'm singer Kazakhstan» жобасы екі маусым бойына шығып тұрды. 2017 жылы алғашқы маусымы көрермендер назарына ұсынылып, «Маусымның ең үздік телевизиялық құбылысы» номинациясы бойынша «Тұмар» ұлттық телевизиялық сыйлығына иеленді.

Осы жобаға қазы алқасы ретінде арнайы шақырылған музыкалық продюсер Әлхан Ахмедов көрермендер таңдауы әрқашан маңызды екенін және олардың таңдауы қазылар алқасынан жоғары тұратынын айтты. «Зрителю не обманешь. Удивительно, как публика четко и точно выбирает лучших» [12].

Бүгінде көрермендермен байланыстың тағы бір ерекше түрі – әлеуметтік желілер. Әлеуметтік медиа ақпарат таратудың жаңа арнасы ғана емес, аудиториямен үздіксіз және тұрақты түрде диалог орнату құралына айналды.

Телеөндірісте ӘЖ-дің ықпалының артуын мобильді құрылғылардың жаппай

енуімен тікелей байланысты. Медиа технологияларды пайдаланатын қолданушылардың басым бөлігі бүгінде ақпаратты тек экран арқылы қабылдайды. «Екінші экран» (second screen) – бір мезетте екінші экранды қолдану әдіс-тәсілі телевизиядағы интербелсенділікті қалыптастырып қана қоймай, көрерменді тек көруші ғана емес, сонымен қатар пікір қалдырушы, бағалаушы ретінде де орнықтырды.

«Екінші экран» - телеарнадан аудиторияға беріліп жатқан контентті нақтылап, смартфон, планшет немесе компьютер экрандары арқылы дәл сол мезетте сол контент туралы басқа да ақпараттар беру. Яғни, бірінші экранда болып жатқан дүниені екіншісі арқылы толықтыру.

Бұл үрдісті қазір қазақ тележурналистері жоғары деңгейде болмаса да қалыптастырып келеді. Телесала мамандары әлеуметтік желідегі жеке парақшаларында, сондай-ақ бағдарламалар парақшаларында эфирде айтылма қалған немесе кадр сыртында болған кейбір жайттармен бөлісіп отырады. Журналистер әсіресе Instagram желісінде өте белсенді десек қателеспейміз.

Телеарналардың әлеуметтік желілермен байланыс орнатуының басты себебі: сайтқа қолжетімділікті арттыру; достардың лентасы арқылы көрермен санын арттыру; нақты аудиторияны қалыптастыру; имиджді арттыру. Бірақ бұл айтылғандардың жүзеге асуы ең алдымен арналардың әлеуметтік желілермен тиімді жұмыс істеуіне тікелей байланысты.

Кесте 1 Телеарналардың әлеуметтік желілердегі оқырмандар саны

| Телеарна атауы | Facebook 2018/2019 | ВКонтакте 2018/2019 | Instagram 2018/2019 |
|------------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|
| Qazaqstan | 34 680 | 28 400 | 24 00 |
| | 41 191 | 33 610 | 302 000 |
| Хабар | 21 700 | 21 368 | 17 800 |
| | 23 018 | 23 647 | 260 000 |
| 31-канал | 16 190 | 16 190 | 37 600 |
| | 18 459 | 2 200 | 319 000 |
| КТК | 20 081 | 70 183 | 16 500 |
| | 22 148 | 74 738 | 296 000 |
| Атамекен бизнес канал | 21 791 | 6 328 | 50 200 |
| | 29 776 | 4251 | 112 000 |
| Gakku TV | 5213 | 283671 | 1300000 |
| | 4 498 | 333 153 | 1 800 000 |

Ақпарат көзі: телеарналардың әлеуметтік желілердегі аккаунттарына мониторинг, маусым 2018ж, қыркүйек 2019ж.

Жоғарыда кестеде көрсетілгендей, арналардың әлеуметтік желілердегі жазылушыларының санын салыстырмалы түрде артқандығын аңғару қиын емес. Әлеуметтік желілерде белсенділік танытатын арналар қатарында «Qazaqstan», «КТК», «31-арна» және «Gakku TV» –ді көруге болады. Арналардың ұстанатын бағытына орай олардың әрқайсысы әртүрлі желіде белсенді. Мысалы, «Qazaqstan» арнасы Facebook пен Instagram-ға көбірек көңіл бөлсе, жастар аудиториясын қамтитын «Gakku TV» -дің Instagram желісіндегі оқырмандарының саны 2 миллионға жуықтаған.

«Gakku TV» арнасы аудиториямен байланыс орнатудың ең ұтымды ортасы деп Instagram желісін таңдап, бағдарламалар аңдатпасын, Gakku арнасының Интернеттегі қызметін жетілдіру үшін арнайы түсірілген промороликтерін, түрлі суреттерді және арна қызметінің кадрдан тыс жұмысы туралы шағын бейнематериалдарды салуды дәстүрге айналдырған. Сондай-ақ тақырыптық топтардан арнаның жеке жобаларына репостар да беріліп, бағдарламалардың толық нұсқасына сілтеме жасалады. Мұндай тактиканы

«Qazaqstan», «Хабар» арналары да қолданады. Осылайша арналар телетаралым, сайт, басқа да Интернет ресурстар арқылы аудиториясын баурап отыр.

Отандық арналардың желілердегі жұмысын саралау барысында байқағанымыз, көбінесе ойын-сауықтық бағыт ұстанған коммерциялық арналар әлеуметтік желідегі жұмыстарын жетілдіруді қолға алған. Бұл арналарда мемлекеттік қаржыландыру болмағандықтан барлық мүмкіндікті осыларға сала отырып қаржы табу.

Кесте 2

Телеарналардың Facebook әлеуметтік желісіндегі парақшаларының жаңалануы және аудитория реакциясы (1 апта ішінде)

| Телеарна атауы | Постардың саны | Like | Пікір білдіргендер | Репост |
|-----------------------|----------------|------|--------------------|--------|
| Qazaqstan | 56 | 546 | 151 | 116 |
| Хабар | 54 | 112 | 7 | 19 |
| 31-канал | 32 | 14 | 0 | 0 |
| КТК | 45 | 113 | 42 | 58 |
| Атамекен бизнес канал | 44 | 306 | 257 | 142 |
| Gakku TV | 0 | 0 | 0 | 0 |

Ақпарат көзі: телеарналардың әлеуметтік желілердегі аккаунттарына мониторинг, (4- 10 қараша 2019ж аралығы).

Кесте 3

Телеарналардың ВКонтакте әлеуметтік желісіндегі парақшаларының жаңалануы және аудитория реакциясы (1 апта ішінде)

| Телеарна атауы | Постардың саны | Like | Пікір білдіргендер | Репост |
|-----------------------|----------------|------|--------------------|--------|
| Qazaqstan | 85 | 289 | 16 | 14 |
| Хабар | 57 | 64 | 6 | 4 |
| 31-канал | 41 | 65 | 15 | 1 |
| КТК | 42 | 37 | 18 | 1 |
| Атамекен бизнес канал | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gakku TV | 9 | 391 | 15 | 8 |

Ақпарат көзі: телеарналардың әлеуметтік желілердегі аккаунттарына мониторинг, (4- 10 қараша 2019ж аралығы).

Кесте 4

Телеарналардың Instagram әлеуметтік желісіндегі парақшаларының жаңалануы және аудитория реакциясы (1 апта ішінде)

| Телеарна атауы | Постардың саны | Like | Пікір білдіргендер | Репост |
|-----------------------|----------------|-------|--------------------|--------|
| Qazaqstan | 150 | 47680 | 4863 | - |
| Хабар | 65 | 21920 | 1379 | - |
| 31-канал | 35 | 6113 | 142 | - |
| КТК | 40 | 24597 | 1980 | - |
| Атамекен бизнес канал | 29 | 7559 | 912 | - |
| Gakku TV | 17 | 66851 | 1232 | - |

Ақпарат көзі: телеарналардың әлеуметтік желілердегі аккаунттарна мониторинг, (4- 10 қараша 2019ж аралығы).

Барлық арналар әлеуметтік желілердегі парақшаларын үнемі жаңалап отырады. Таңдалған арналардың барлығының Instagram желісінде жарияланымдары жоғары. Мемлекеттік арналар «Qazaqstan» мен «Хабар» барлық әлеуметтік желіде тұрақты. Көрсетілген арналар бір посты бір мезетте барлық желі парақшаларына салатынын аңғаруға болады. Арналар желіге көбінесе бейнематериалдар салады. Фотоматериалдар контенттің алтыдан бірін ғана қамтиды. Gakku TV мен КТК арнасы контенттің басқа формалары, яғни түрлі сауалнамалар, ойындар мен байқаулар ұйымдастыру, мемдар (ақпаратты әзіл-оспақ объектісі арқылы жеткізу) және gif-кескіні, мәтіндерді де пайдаланады.

Біздің ойымызша, телеарналардың әлеуметтік желілермен бірлесе жұмыс жасау технологиясы әлі қалыптасу үстінде. Бірқатар арналар әлеуметтік желімен әлі де болса тұрақты байланыс орнатпаған. Оған мысал ретінде СТВ арнасын атауға болады. Телевизияның рейтингісін жоғарылығы мен табыс табуына ықпал ететін фактор осы әлеуметтік желі дейтін болсақ, онда арналар бұл байланыс жүйесінен тысқары қалмауы керек. Осыдан келіп арналардағы SMM (Social Media Marketing) мамандардың қаншалықты нәтижелі жұмыс істеп отырғандығын және оларға жұмысты одан әрі қалай жандандыру қажет деген мәселе де туындап тұрғаны рас. Бұл тұста желідегі ақпараттарды үнемі жаңалап тұрудан да басқа талаптар бар екендігін ескерген жөн. Әлеуметтік желідегі аудиторияның әлеуметтік-демографиялық, психографикалық және мінез-құлық ерекшеліктерінің әртүрлілігін ескеретін болсақ, түрлі желіге салынған бірдей ақпарат оң нәтиже бермейді. Сол себепті ақпараттық посттарға мазмұны жағынан да, беру пішіні жағынан да ерекше көзқарас қажет.

Бұқаралық коммуникация саласын зерттеушілер Дженнингз Брайант пен Сузан Томпсон «Основы воздействия СМИ» кітабында: «телевидение осуществляет «централизованное производство стандартизированной информации, поставляемой огромной аудитории по отдельным каналам», а для Интернета характерно «предоставление особых услуг большому числу сравнительно малочисленных аудиторий» деп көрсетеді [13]. Сол себепті желідегі жарияланымдарды оқырман оқып немесе пікір білдіріп қана қоймай, оның одан әрі әрекет жасауына ықпал етуі керек. Сондықтан да жарияланымдардың пішіні де назар аударылып, мақсатты аудиторияны қалыптастыруға жағдай жасалуы қажет.

Мысалы, «ВКонтакте» желісінде оқиғаға аңдатпа жасауға, сурет салуға, байқаулар ұйымдастырып, түрлі сауалнамалар жүргізуге, жаңалықты талқыға салуға, арнайы жобалар жасауға болады. Аталған желідегі танымалдылықты мына көрсеткіштер арқылы анықтауға болады: топтың көру статистикасы, қатысушылар саны, пікір білдірушілер саны мен сапасы (комментарий), хабарламалар. Сондай-ақ, қай желіде болмасын қызметті ақылы түрде алға жылжыту қызметі бар.

Әлеуметтік желілер жұмыс істеу барысында контентті жаңалап тұрудан басқа, оқырмандар реакциясын бақылап тұрудың да маңызы зор. Себебі осы арқылы телеарналар қызметін бағыт-бағдарын өзгертуге және жобалардың сапасын жақсартып, аудитория тарпынан жаңа тың идеялар алуға мүмкіншілік зор. Телеарналардың Facebook-тегі жұмысының тиімділігін ондағы қалдырылған пікірлер, постар мен лайктар саны арқылы анықтауға болады.

Көптеген телеарналар әлеуметтік желілер арқылы сайтқа тікелей сілтемелер ұсынады, басқаша айтқанда, сайтта бұрыннан бар ақпаратқа репост жасайды. Бұл тәсілді ұтымды деп айтуға қиын. Тікелей сілтеме жасау арқылы сіз аудитория қызығушылығын тудыра алмайсыз. Сол себепті эмоционалды түрде қызығушылық тудыратын мәтіндер жазылуы керек.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Macmillan J.S. Exploring Modrls of Interactivity from Multiple Research Traditions Users Documents and Systems // Handbook of New Media: Socail Shaping and Socail Consequences of ICT s, - London: SAGE Publication.-2006.- p 47.

2. Rassel NW The Psychology of the New Media // Television for the 21 Century. The New Wave. Washington D.C., 1993. p 114.
3. Мысаева, Қ.Н. Жаңа медианың қалыптасуы мен дамуындағы шетелдік тәжірибелер / Қ.Н. Мысаева // ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. - 2016, -Т. 39. . №1(39). - Б. 63.
4. Қамзин К. Журналистика негіздері. Оқу құралы. Алматы, Қазақ университеті 2012. Б 78-79.
5. Қ.Тұрсын. Қазақ тележурналистикасы: қалыптасу, даму проблемалары.- 2 басылым, - Алматы: -Қазақ университеті, 2013. Б 65, 66.
6. Саудбаев М. «Әлеуметтік желілер: Қазақстандағы тәжірибесі, проблемалары мен болашағы». Философия докторы (PhD) ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. – Алматы, 2014. Б 66.
7. Алаш Айнасы газеті. Жібек жолындағы жаңалықтың жаршысы (эл.ресурс). – Алаш Айнасы электронды газет. <http://alashainasy.kz/economica/jbek-jolyindagyi-janalyiktyin-jarshyisiyi-234/>.
8. Құрманбаева А.Ә., Қалиаждарова Ш.Ы. Қазақстан телеарналарындағы интерактивті контент. Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршы ғылыми журналы. №5 (120) 2017, II-бөлім, Б 375.
9. «Әйел бақыты» өз жұмысын тоқтатты <https://stan.kz/ayel-bakyty-bagdarlamasy-oz-zhumysy/>.
10. Скандал в шоу "Голос. Дети" Эрнст объявил победителями всех девяти финалистов <https://www.bbc.com/russian/news-48399821> Дата обращения 05.06.2019.
11. Скандал в шоу "Голос. Дети" Эрнст объявил победителями всех девяти финалистов <https://www.bbc.com/russian/news-48399821> Дата обращения 05.06.2019.
12. Брайант, Дж. Основы воздействия СМИ : пер. с англ. / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М. : Вильямс, 2004. – 432 с. http://yanko.lib.ru/books/smi/osnovu_vozdeystviya_smi.pdf.

Туллубекова Арман Сериковна

Специалист КГУ «Специальная общеобразовательная школа-интернат для детей с нарушением слуха» г. Караганда
Педагогический факультет, КарГУ Е.А. Букетова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛОГОПЕДИЧЕСКОЙ РАБОТЕ

Дефектология (от лат. Defectus – недостаток и греч. Λογος – учение, наука) – научная дисциплина, занимающаяся изучением психофизических особенностей развития детей с психическими и (или) физическими недостатками, закономерностей их обучения и воспитания [1].

Дефектология вмещает в себя ряд разделов специальной педагогики: сурдопедагогика, тифлопедагогика, олигофренопедагогика и логопедия; и специальной психологии: сурдопсихология, тифлопсихология, олигофренопсихология и логопсихология.

Дефектология изучает проблемы психофизического развития, обучения и воспитания детей с задержкой психического развития, нарушениями эмоционально-волевой сферы, опорно-двигательного аппарата, а также со сложной структурой дефекта.

Задачами дефектологии выступают разработка эффективных средств и методов обучения, воспитания, коррекции, трудовой и социальной адаптации категории детей, которым требуется коррекция.

Дефектология имеет большую и весьма интересную историю, связанную с развитием отечественной психологии, детской психиатрии, детской неврологии, направлений общей и специальной педагогики: логопедии, сурдопедагогика, тифлопедагогика, олигофренопедагогика, сурдопедагогический и др. Одна из самых актуальных проблем

дефектологии во многих странах – интегрированное обучение.

Один из основных подразделов дефектологии – логопедия. Логопедия – специальная педагогическая наука о нарушениях речи, способах их предупреждения, выявления и устранения средствами специального обучения и воспитания [2]. Входит в один из разделов специальной педагогики. Задачами логопедии являются изучение причин, механизмов, симптоматику, течение, структуру нарушений речевой деятельности, систему коррекционного воздействия.

В истории педагогики выделяются труды по сурдопедагогике в XVII в. (дефекты речи при сохранённом слухе тогда не выделялись в особую проблему). Как самостоятельная научная отрасль логопедия оформилась во второй половине XIX в. До 30-х гг. XX в. в логопедии преобладало упрощенное представление о речевых нарушениях как дефектах речедвигательной мускулатуры; рассмотрение недостатков речи велось главным образом в русле разработки симптоматических приемов преодоления двигательных трудностей артикулирования. Эти вопросы, наряду с проблемой коррекции дыхательной системы, составляли основное содержание логопедии. Практические коррекционные мероприятия имели преимущественно медицинскую направленность. С расширением и углублением научных представлений о природе речевой деятельности коренным образом изменилось направление логопедии – на первый план стало выдвигаться педагогическое содержание. Современная логопедия, опираясь на общие принципы дефектологии, а также взаимодействуя с другими науками (психологией, физиологией, языкознанием), рассматривает речь как системное многофункциональное образование, влияющее на психическое развитие [2].

Новые информационные технологии (НИТ) стали перспективным средством коррекционно-развивающей работы с детьми, имеющими нарушения речи. Повсеместная компьютеризация открывает новые, еще не исследованные варианты обучения. Они связаны с уникальными возможностями современной электроники и телекоммуникаций.

В основу использования НИТ в педагогике стран СНГ положены базовые психолого-педагогические и методологические положения, разработанные Л. С. Выготским, П. Я. Гальпериным, В. В. Давыдовым, А. В. Запорожцем, А. Н. Леонтьевым, А. Р. Лурия, Д. Б. Элькониним и др.

Приоритетная задача применения НИТ в специальной педагогике состоит не в обучении детей адаптированным основам информатики и вычислительной техники, а в комплексном преобразовании их среды обитания, создании новых научно обоснованных средств развития активной творческой деятельности.

Эффективность обучения детей с различными нарушениями, в том числе с речевыми, во многом зависит от степени готовности методик для специалистов по компьютерным программам. Изучение специальной литературы показывает, что большинство разработок по данной проблеме фрагментарны и раскрывают лишь некоторые стороны внедрения НИТ в коррекционный процесс.

Важность и своевременность совершенствования процесса коррекционного обучения и воспитания детей, страдающих речевыми нарушениями вследствие органического поражения центральной нервной системы, при помощи компьютерных технологий, научная и практическая значимость этих проблем определяют актуальность нашего исследования. Одной из основных задач исследования заключается в создании системы приемов компьютерно-опосредованного логопедического воздействия на эти нарушения.

Похожие исследования уже более десяти лет проводятся на базе Московской областной психоневрологической больницы для детей с поражением центральной нервной системы и с нарушением психики. За этот период компьютерные программы использовались в логопедической работе с более чем тысячей пациентов, имеющих различные речевые нарушения (дизартрию, алалию, задержку речевого развития, дисграфию, дислексию и др.), а также задержку психического развития.

Оказалось, что применение новых информационных технологий в логопедической работе значительно сокращает время формирования произносительных навыков: способствует развитию самоконтроля у детей. Последовательное включение специальной компьютерно-опосредованной логопедической технологии в процесс абилитации и реабилитации позволяет максимально дифференцировать и индивидуализировать коррекционные воздействия по преодолению недостатков речи детей.

Опыт соседних республик, в особенности Российской Федерации, показывает, что эффективность применения коррекционных программ на компьютерной основе во многом зависит от их сочетания с традиционными средствами. В процессе такого специального обучения ребенок с ДЦП исподволь, постепенно овладевает навыкам пользователя компьютера, что способствует его интеграции в среду нормально развивающихся сверстников.

Подводя итоги, можно сделать определенные выводы.

1. Целенаправленное использование компьютерных программ в процессе логопедического обследования детей с дизартрией на фоне ДЦП позволяет более объективно и дифференцированной речи.

2. Результаты экспериментального обучения детей в вышеуказанных старнах свидетельствуют о том, что специальные приемы компьютерно-опосредованного логопедического воздействия оптимизируют процесс коррекции звукопроизносительной и просодической сторон их речи и в целом содействуют гармонизации развития.

Резюмируя результаты исследования, мы полагаем, что применение компьютерных программ может стать еще одним эффективным способом формирования правильной речи и коррекции ее недостатков.

Список использованных источников

<https://ru.wikipedia.org>.

<https://multiurok.ru/>

<https://ru.wikipedia.org/>

Ж. Ж. Аманова

Қ. Ахметов атындағы ОРРММИК

Алматы қаласы

ҚАЗАҚ ТІЛІН ҮЙРЕТУДЕГІ ТОПТЫҚ ЖҰМЫСТАР

Соңғы технологиялардың қарқынды дамуына байланысты оқыту үрдісіне «интерактивті оқыту», «интерактивті оқыту әдістері» ұғымдары жиі қолданылатын болды. Бұл ұғымдардың ортақ түбірі «интер» ағылшын тілінің «бірлескен әрекет» деген сөздерінен енген. «Интерактивті оқыту» өзара әрекеттесуге негізделіп құрылған белсенді оқыту деп анықтауға болады, ал «интерактивті оқыту әдістерінің» ұғымының мәні студенттердің өзара белсенді байланыста болып, мұғалімдермен бірлесіп отырып жұмыс жасау, оқу-танымдық нәтижелерге жету.

Интерактивті оқыту әдістерінің дәстүрлі әдістерден артықшылығы, студенттердің жар тындаушы емес, белсенді, өз бетімен білім ізденуші, табиғат, қоғам заңдарынездігімен ұғынуға мүмкіндік тудыруда. Л.С.Выготский, А.Н.Леонтьев, Л.В.Занков және т.б. ғалымдардың зерттеулері оқытудағы қарама-қайшылықтарды тек дамыта оқытудың көмегімен ғана жоюға болатының дәлелдеді. Интерактивті оқыту осындай дидактикалық әрекеттің бір түрі бола отырып, педагогикалық процестің

субъектері ортасындағы белсенді өзара әрекетін болжайды. Педагогикалық процесс субъектілеріне студенттердің ортасы келесі әрекеттестік сипаттарымен ерекшеленді:

- топтың және индивидтің табысына ықпал етуші педагогикалық процеске студенттердің қолайлы қарым- қатынасы;
- оқу барысындағы психологиялық қолайлы жағдайлар;
- білімді өздігімен ізденуді, мониторинг пен өзіндік рефлексияны қамтамасыз ететін жағдайлар;
- студенттердің белсенді өзара әрекет арқылы талданатын, тексерілетін,

дәлелденетін, практикада қолдануға дайындалатын жеткілікті деңгейдегі толық және дұрыс ақпаратты алуы. Оқыту үрдісінде студенттердің белсенді қатысуымен материалды меңгеру мен дағдыларды игеруге мүмкіндік беретін интербелсенді әдістер перспективті болып табылады. Интербелсенді әдістеме – өзара әрекеттесу, әрекет арқылы үйрену/үйрету. Тілдік қатынас, алдымен, қарапайым ғана, екі студенттің арасында жүргізілгені дұрыс. Екі студенттің өзара тілдесу ерекшеліктеріне, қабілетіне, тілді білу дәрежесіне сүйене отырып, іске асырылады. Мұнда студенттер екі-екіден жұпқа әр жұп жеке тапсырмалар бойынша жұмыс істейді де, олардың сыңарлары бірбірімен ауысып отырады. Жұптық қалыппен тілді үйретудің ерекшелігі : ол диалог арқылы іске асады да, тілдік қарым-қатынастың ауызша түрін дамытуға себін тигізеді.

Тілді топтық форма арқылы оқыту арнайы құрылған шағын топтар (4-5 студент) және оқытушының алдына қойған мақсатына сай құрылады. Бұл тәсіл студенттер арасында қарымқатынасты жақсартады, дұрыс сөйлей білуге жағдай жасайды.

Оқытудың ұжымдық қалпы жұптық және топтық қатынастарды өзара біріктіреді. Өйткені оқыту, сөйлесу процесі бүкіл топтағы студенттермен де, жекедара екі студенттің арасында да жүреді.

Тіл үйренудің ұжымдық формасы дегеніміз студенттің бүкіл топтағы студенттердің әрқайсысымен жеке сұхбаттасуы арқылы олардың екеуінің бірбірін үйретуі, оқытуы, студенттердің бірінен екіншісінің үйренуі, пікір алмасуы, және әр жұп сыңарларының ауысып отыруы нәтижесінде бүкіл ұжым мүшелерінің түгер қамтылып, әрі жұптық, әрі топтық тілдік қатынастың жүзеге асуы.

Ұжымдық оқыту тәсілі бойынша топта 10 студент болса, әрқайсысының өз жұбы болуы тиіс. Топ өз ішінде екіге бөлінеді. Барлығы қосылған кезде ұжым болады. Алдымен студенттердің назарын сабаққа аудару мақсатында тілдік ортаға енгізу үшін сұрақ-жауап жаттығулары жүргізіледі.

Мысалы:

1. INTERNET деген не, қазақша қалай аталады?
2. **INTERNET**сіз бүгінгі күнді қалай елестетесіз?
3. INTERNET қалай, қашан пайда болды?
4. INTERNET қандай желі және оның желілік нүктелері қайда орналасады?
5. Ғаламтор арқылы қандай мүмкіндіктерге қол жеткізуге болады?
6. Ғаламторда адресті кім тағайындайды?
7. Компьютерлер арасындағы байланыс қалай қамтамасыз етіледі?
8. Компьютер телефонмен қалай қосылады?

Осылайша сұрақтарға жауап алып болған соң жұптық оқытуға көшеміз.

Тапсырма: Көршіңізден ғаламтор желісінің алғаш пайда болуы туралы, ғаламтор желісі жалпы алғанда қандай желі екені туралы сұхбат алыңыз. Тапсырма жеке жұпқа карточкаларға жазылып беріледі.

Ғаламтор желісі қандай жетістіктерге жеткізуде?

Қазақ интернеті әлемге танымал болатынына сенесіздерме?

Қазақ интернетінің болашағын қалай елестетесіздер?

Жұптық сұхбатта судың маңызы сөздерді қайталау, еркін де дұрыс қолдануға, грамматикалық материалды, конструкцияны орынды қолдануға аүйрету. Сұхбаттасу

студенттерді дұрыс интонациямен сұрақ қоюға, сөйлесудің бір қалыптылығына дағдыландырады. Сұрақ қою арқылы сұхбат алып жаттығады. Сұхбаттың мақсаты тыңдауды жақсы дамыту. Белсенділік танытқан 1-2 жұптың жауабы тыңдалады, әр жұптың жұмысын оқытушы же тік қадағалап, бағалап отырады.

Бұл тапсырма орындалып болған соң, топтық тапсырмалар беріледі. Екі топтың басшысы тағайындалуы міндетті. Топ басшыларына даян сұрақтар ұсынылады. 1-топтың сұрағы:

1. *INTERNET* қандай желі?

2. Ғаламтор арқылы мәдени және ғылыми жетістіктермен қалай танысуға болады?

2топтың сұрағы:

1. «*INTERNET* – өркениеттің желісі» дегенді қалай түсінесіздер?

2. «Интернет»терминінің мағынасы қандай?

Осы сұрақтар бойынша әр топтың жауабын тыңдап, оқытушы бағалайды. Лексикалық тақырыпқа көшпес бұрын таныс емес сөздермен жұмыс жүргізілгені дұрыс. Мәтін ішіндегі маңызды сөздермен тапсырмалар орындауға болады. Мысалы: сөздердің синонимін беріңіз, сөздерді аударыңыз.

Кейбір сөздерге жағдаят құрастыруға болады:

1-топқа: өркениет, маңызды, ғаламтор, ақпарат

2-топқа: кері әсер, бүлдіру, пайдалану, қауіп, ғаламтор, денсаулық сөздері беріледі.

Пікірсайыс әдісіне көшпес бұрын, алғашқы қиындықтардан, алып шығуда жұптық, топтық жұмыс тәсілдері қолданылды. Пікірсайыс сабақтарын өткізу үшін жақсы жағдаят пен тақырыптың дұрыс таңдалғаны жөн. Тақырып сәтті болған уақытта студенттердің сабаққа деген қызығушылығын оятып, білім іскерліктерін, шығармашылық мүмкіндіктерін дамыта аламыз. Осындай мақсатта алынған сабақтың тақырыбы: «*INTERNET* – өркениеттің желісі».

Сабақтың мақсаты: 1. Студенттің өз пікірін ашып айтуға; 2. Өзгелердің пікірімен санаса білуге дағдыландыру, кәсіби сөйлеу біліктілігін дамыту, сөздік қорын дипломатиялық терминдермен байыту.

Сабақтың әдісі: мәтінмен жұмыс, пікірсайыс.

Сабақтың барысы: Мәтінмен төмендегідей жұмыстар жүргіземіз: оқыту, кейбір күрделі тұстарын аудару. Мәтін бойынша сұрақтар қойғызу. Мәтін бойынша жоспар құру. Жоспар бойынша қайта мазмұндату.

Мәтінді толық меңгертіп болған соң, үйге төмендегідей тапсырмалар беріледі:

Ғаламтор тақырыбына қатысты баспа материалдарын, теледидар, интернеттегі сайттардан мәліметтер жинау.

«*INTERNET* – өркениеттің желісі» атты шығарма, эссе жазып келу.

«Қазақстандағы *INTERNET* желісі» атты пікірсайысқа дайындалып келу.

Пікірсайыс әдісінде көп мәселелер қаралуы керек. Мұнда дұрыс сөйлеу ерекшелігінің маңызы зор. Дұрыс сөйлеу үшін айтушы тыңдаушының назарын өзіне аудара білуі тиіс, сұхбаттасымен байланыс жасап, әңгімелесіп, одан шыға білуі тиіс, тыңдаушыны өзіне қаратып, сұхбаттасын қызықтыра отырып, тыңдаушы ықыласын тоқтата білуі керек. Оны сөзге тартып, пікірін біліп, пікір-таласқа, талқылауға шақырып, сұхбаттасынан соңғы мақсатқа байланысты қажетті жауап ала білуі тиіс. Ал осы міндеттерді орындау үшін айтушы білуге тиіс мәселелер оның тактикасы болып есептеледі. Ол ең бірінші, тыңдаушы назарын аударуға қажетті сөйлеу клишелері, байланыс жасауға қажетті сөйлеу клишелері және вербальды емес құралдар, жағдаятқа сәйкес келетін сөйлеу этикеттерінің формулалары, емеурін түрлерін білудің маңыздылығы, сұхбаттасын сөзге тартудың жолдарын маңгеруі керек. Сұхбаттасының пікірін білуі үшін сұрақты дұрыс орынды қоя білуі тиіс, басқа пікірлермен келісу, келіспеушілікті білдіру жолдарын игеріп, қарсы пікір айтудың ретін дұрыс меңгеруі керек.

Пікірсайыс барысында студентке төмендегідей клишелерді меңгерту шарт: мен сенің

пікіріңмен келісемін, менің ойымша, мен сенімен мүлде келіспеймін, сен қалай ойлайсың?

Пікірсайыс сабағы барысында оқытушының ролі өте маңызды. Себебі, оқытушы бұл сабақта негізгі рөлді атқарады. Оқытушы мынандай ережелерді басшылыққа алады: сабақта жайлы, достық қарымқатынас орнату, студенттерді сынамау, сөзін бөлмеу, ауыстырмау, олардың белсенділігін ынталандыру, қызықтыру, сабақтың өн бойында олардың сөйлеу әрекеттерін қуаттап, жоғары бағалау.

Пікірсайыс барысында төмендегі сұрақтарға толық жауап алынады:

1. INTERNET деген не, қазақша қалай аталады?
2. Ғаламторсыз бүгінгі күніңді қалай елестетесіз?
3. Ғаламторқалай, қашанпайдаболды?
4. Ғаламторқандайжелі?
5. Ғаламторарқылықандай мүмкіндіктерге қол жеткізуге болады?
6. Ғаламтордыңпайдасымензияныңандай?

Қорытындыпікірдіоқытушыжасайды. Студенттер оқытушыдан кезкелген көзқарасты (позицияны, идеологияны) ұстамдылық, төзімділік және сыйластық тұрғысынан қалайша қабылдауға болатындығын үйрену керек. Олар пікірталастың демократиялық сипатта болуы тек сондай ұстаныммен байланысты екендігін ұғыу қажет. Ұстаз пікірталаста шәкірттерін өз позицияларын нақты айқындап, оларды тыңдаушыларға жеткізіп, дәлелдей білуіне үйренуге шақырады. Ол студенттерге ақиқатты дайн күйінде ұсынбай, он қалайша іздеп тауып, қорғауға болатындығын көрсетеді. Қорыта айтқанда, осындай сабақтардың нәтижесінде студент пікір айтуға дағдыланады. Олардың сөйлеу икемділігімен дағдылары барынша дами түседі. Студенттер өз ойын ортаға салуға, сөйлеу шеберлігін дамытуға мүмкіндік алады.

Әдебиеттер:

- Қадашева Қ. Қазақ тілі оқыту әдістемесі. – Алматы: Мұрагер, 2005 ж.
Күзекова З.С. Қазақ тілінің практикалық курсы. – Алматы: Ғылым, 2001 ж.
Күзекова З., Жусанбаева С., Жарқынбекова Ш., Әлімбаев Г. Қазақ тілі. Алматы: Раритет, 2008 ж.
Әлімов А. Интернет белсенді әдістемені ЖОО-да қолдану мәселелері. – Алматы.
Түйіндеме. Мақалада тіл үйретудегі жаңа әдістер туралы айтылған.

Ж. Ж. Аманова Қазақстан, Алматы қаласы
Қ. Ахметов атындағы ОРРММИК

ТІЛДІ МАМАНДЫҚҚА ҚАТЫСТЫ МЕНГЕРТУДІҢ ҚАЖЕТТІЛІГІ

Түйін Мақалада студенттің мамандықты жан-жақты ғылыми негізде игеруі мен техника тілін кәсіби бағытта меңгеруі жайында айтылған. Түйін сөздер: кәсіби біліктілік, бағдарлы үйрету, өмір талабы, нәтиже, ізденушілік әрекет, оқыту технологиясы, жүйелі пайдалану, нақты міндет, сапалы деңгей.

Практикалық қазақ тілі сабағының мақсаты студенттерді тек ауызша сөйлеп, айнала қоршаған ортамен қарым-қатынас жасауға үйрету ғана емес, сонымен бірге оларға келешек маман ретінде қарап, мемлекеттік тілді кәсіби бағытта үйрету. Осыған орай, студенттерді мамандыққа байланысты тілдік материалдармен практика жүзінде таныстыру, яғни, кәсіби бағытта оқыту- бүгінгі күннің талабы болып отыр. Міне, осы тұста, әсіресе, өзін сабақ жүргізіп жүрген студенттерге өз мамандығына байланысты терминдерін арнаулы ұғымдардың атауы ретінде айтып қана қоймай, ғылым тілі ретінде сабақ барысында студенттерге үйретуге тырысамын.

Кәсіби білікті мамандарды мемлекеттік тілде дайындаудың алғышарты – оқу орнында оқып жүрген студенттер өз мамандықтары саласындағы ғылыми терминологияны толық игеру тиіс. Егерде студент оқу орнында мамандық негіздерін ғылыми тұрғыда

меңгермесе, онда нағыз біліктілік деңгейіне жете алмайды. Бұл – қазіргі тұрмыс шындығы. Тіл үйрету кешені маманның кәсіби – дүниетанымдық бағыт-бағдарымен табиғи түрде үйлесу үшін мемлекеттік тілді кәсіби бағдарлы үйретудің мақсаты мен міндеттерін, мазмұнын айқындайтын факторларды, оның құрылымы мен жүйесін, оқыту технологиялары мен үйренушінің тілдік біліктілігіне қойылатын талаптарды анықтаудың жаңа заманға сай стратегиясы мен тактикасын ұстану қажет. Осы орайда тіл үйренуші студенттің немесе маманның өздігінен жұмыс жасауына, ізденушілік әрекетінің белсенді дамуына бағытталған оқыту технологиялары мен жүйелерін пайдалану тиімді. Атап айтқанда, мемлекеттік тілді үйретудің нәтижеге бағдарлануын, яғни кәсіби техника тілін үйрету сапасының деңгейін көтеруге қатысты алғышарттарды қамтамасыз ететін оқыту технологиясын қолдануға аса мән берілуі қажет. Бағдарламаның негізінде оқулықты жазатын автор біздің ойымызша, біріншіден, сол мамандықты жан-жақты ғылыми негізде игерген, мамандығының тарихын, қазіргі өмірдегі орнын, келешектегі рөлін толық жетік білгендігімен ерекшеленеді. өз ғылымының саласын теориялық және практикалық тұрғыда жетік білетін білікті автор ғана дайындаған еңбегі арқылы нағыз ұлттық мамандарға пайдасын тигізетін құрал жаза алады. Ұлттық мамандықтарды дайындаудың жаңа бетбұрысы – оларды мемлекеттік тілде жазуға және сөйлеуге қалыптастыру. Ол үшін ұлттық мамандықтарды дайындауға арналған, ғылыми жетістіктерге негізделген оқулықтар жазылуы тиіс. Сол бағдарламаны эксперименттік сынаулардан өткізу - қазіргі уақытымыздың өзекті мәселесі. Әрине, осындай бағдарламаларға негізделген оқулықтар жазылуы тиіс, олай жасалмаса мемлекеттік тілде жазатын, сөйлейтін мамандарды дайындау мүмкін емес. Келешектегі ұлт маманының тек мемлекеттік тілді ғана жетік игеріп қоймай, қосымша бірнеше тілдерді игеру – қазіргі өмір талабы. Бірнеше тілдерді толық игерген ғана жас маман, біріншіден, күнкөрісіне қажетті еңбекке орналаса алады, екіншіден өз мамандығы бойынша кәсіби толысуға, кемелденуге мүмкіндік алады. Яғни, бірнеше тілді игерген маман өмір бойы кәсіби қалыптасуын жетілдіреді, дамытады, тереңдетеді. Оқу орындарындағы мамандықтар бойынша оқитын студенттер үшін кәсіби – ғылыми терминдер жүйесі ұсынылады.

Терминдік синонимдерді түсініп, орынды қолдана білу ғылыми тілде шыңдалудың негізі саласы болып табылады. Студенттердің терминдерді қолдануды игеру үшін, оларға арналған ғылыми – тәжірибелік конференциялар мемлекеттік тілде ұйымдастырылып, баяндама- хабарламаларын ана тілінде жасап үйренуге жағдай жасалуы тиіс. Әр студент әр семестрде мемлекеттік тілде екі жазба жұмысын орындауы керек: біріншісі – келешек мамандығы бойынша ғылыми хабарлама, екіншісі - өзінің келешектегі мамандығы бойынша ана тілінде жазылған оқулықтарға талдау жасау. Мұндай жазба жұмыстары студенттердің келешектегі диплом жұмысын, оқу орнын бітіргеннен кейін ғылыми жұмысты мемлекеттік тілде жазуына негіз бола алады. Ғылыми тілді жан-жақты игерген, оның сан-салалы ерекшеліктерін меңгерген адам қазақи ғылыми сананы қалыптастыруға, ғылыми тілдің ана тіліміздің төрінен лайықты өз орнын алуға үлесін қоса алатынына күмән келтірмейміз. Ғылыми тілді үйрену – ғылыми ойды дамыту, ғылыми ойды ана тілінде қалыптастыру деп ойлаймыз. Оқу орындарындағы орыс тілді оқу топтарында оқитын мемлекеттік тілді үйрету сабақтарының негізгі мақсаты – тіл дамыту, себебі тіл дамыту жұмыстары бір жүйеге келмей, қазақша сөйлеп, жазып үйренулері мүмкін емес екендігін қазіргі тәжірибе дәлелдеп отыр. Тіл дамыту – тек қазақша сөз байыту емес, сонымен қоса сол сөз қорын белсенді түрде пайдаланып, бір-бірімен қарым-қатынаста болу. Мемлекеттік тілде кеңінен сөйлесе білуді дамыту мынадай жүйеде болуы керектігі байқалады :

- тілді практикалық түрде үйрену үшін, мемлекеттік тілді оқытудың өзіндік жүйесін құру;

- тілді практикалық түрде қолдана білу үшін, керекті оқу материалдарын іріктеп, тіл дамытуға ыңғайландыру, сәйкестендіру;

- жұмысына іріктеп алынған оқу материалдары тиімді және ең жаңа әдістемелерге негізделуі тиіс. Тіл дамыту жұмысының негізгі бағыты – ауызекі сөйлеу болса, ал практикалық қолданыста болуы үшін, соған керекті жағдай туғызылуы керек. Тілдің іс жүзіндегі қолданысы – диалог. Ал, диалог белгілі бір жағдайға құрылады, онсыз тілдік қарым-қатынас жасау, сөйлесу, пікірлесу, ой алмасу мүмкін емес. Диалогтық сабақтардың ұтымдылығы оның сұрақтарының түсініктілігінде, себебі қойылған сұрақта 60-70 пайызы дайын жауап болуы керек, сондықтан сұрақ қоюға үйретуде оның құрылымына, түсініктілігіне, дұрыстығына, сарынына-үніне көңіл аудару қажет. Тіл дамыту сабақтарында әңгімелесу әдісі - өте ұтымды әдіс, ол үшін: - әңгіменің тақырыбын дұрыс таңдау керек; - әңгімелесетін оқу материалдары студенттерге жақсы таныс және олар білетін болғаны дұрыс. Әңгіменің тақырыбы алдын ала келісілген жағдайда, студенттер сабаққа белсенді қатысады да, әңгіме нәтижелі болып шығады. Белгілі тақырып бойынша әңгіме сабағын өткізгенде, студенттерге сол тақырып бойынша өте жиі қолданылатын сөздер мен сөз тіркестерін тақтаға немесе олардың дәптерлеріне жазған дұрыс. Бірінші сөйлемді оқытушының өзі не оқытушының басқаруымен студенттер бастайды. Мұндай әдіс студенттердің жұмысын тездетуге мүмкіндік береді. Қиналған жағдайда, екінші сөйлемде де бірігіп құрастырған көп жағдайда ұтымды, нәтижелі болып келеді. Негізгі мақсат – студенттерді ойландыру, әңгімелесуге белсенді түрде қалыптастыру. Тіл дамыту сабақтарында түрлі жаттығуларды ауызша және жазбаша орындау студенттердің қазақша үйренулеріне тікелей көмек тигізеді. Жаттығулардың түрлері :

- өткен грамматикалық ережелерді тиянақтап, дағдыландыру үшін, сол ережелер жиі кездесетін мәтінді пайдалану, яғни грамматикаландырылған мәтін болуы керек;

- студенттердің белсенді сөз қорын (активті) қолдануға арналған жаттығуларды түрлі сипаттарда шығармашылық-әдістемелік тұрғыда қолдану;

- жүйесі бұзылған мәтінді қалыпты, тиянақты жүйеге келтірілген жаттығулар, яғни логикалық жаттығулар;

- хабарлы сөйлемдерді сұраулы сөйлемдерге айналдыру жаттығулары;

- синоним, антоним, омоним сөздерін ауызша, жазбаша қолдану жаттығулары, т.с. Тіл дамыту сабақтарында, әсіресе ауызекі сөйлеуде зат пен көрнекілікті пайдалану өте ұтымды әдіс, сондықтан да студенттердің сөз қорын байытуға, өздерінің сөз тіркестерінен сөйлем құрастыруға көп жеңілдік жасайды. Түрлі картиналардың көшірмесін пайдалану көп тараған дидактикалық оқу-әдістемелік құралдың бірі екендігі мәлім. Тіл дамыту үшін университеттің кітапханасындағы диафильмдерді, студенттердің негізгі кәсіби мамандықтарына арналған оқу фильмдерін пайдалану, солардың нәтижесінде қорытынды сабақ өткізу өте тиімді әдіс екендігін біздің тәжірибеміз дәлелдеп келеді.

Кәсіби қазақ тілі сабақтарын студенттердің оқып жатқан қазіргі мамандықтарымен байланыстыру, біріншіден, оларды қызықтырса, екіншіден, өздеріне жақын, түсінікті тақырыпта сөйлеу – олардың белсенділігін арттырады. Студенттердің өзара пікір алмасуға сөздік қоры, сөйлеу мәдениеті дағдылары жеткілікті болса кәсіби мамандықтары бойынша жоғары білім иесі ретінде болашақта да әлеуметтік ортада ой бөлісуге, пікір таластыруға мүмкіндіктерінің мол болары анық.

ӘДЕБИЕТ:

1. Оразбаева Ф.Ш. Тілдің қатынас теориясы және әдістемесі. Алматы:РБК. 2000.
2. Қадашева Қ. Қазақ тілі: оқытудың тиімді әдістемелері, Алматы, 2000.
3. Байтұрсынов А. «Тілтағылымы» Алматы. Ана тілі, 1992.

Г. С. Мырзакулова,
ХАТУ п.ғ. магистрі

МЕМЛЕКЕТТІК ТІЛ – ЕЛ БІРЛІГІНІҢ БАСТАУЫ

Түйін Қазақстанның болашағы – қазақ тілінде. Тілсіз ұлт болмайды. Өз тілімізді сақтау, өз тілімізді құрметтеу отаншылдық рухты оятуға қызмет етеді, әрі ата-баба алдындағы ұлы парызымыз да осы...» деп, тұңғыш президентіміз Н.Назарбаев айтқандай, тілдің мәртебесін көтеру, оны өзгеге таныту – тіл пәндері оқытушыларының алға қойған басты міндеті. Кез келген елдің іргесінің берік, мемлекеттілігінің тұрақты болуының бірден-бірі кепілі – халқының ауызбіршілігі мен татулығына, мақсат ортақтастығы мен мұрат бірлігіне байланысты. Байтақ елімізді береке мен бірліктің ұясына айналдыру. Әрине, ой таластыру үшін – білім керек, бой таластыру үшін – білік керек. Ал бақ – ынтымағы жарасқан елге қонады, береке – бірлігі бар жерге ұйиды.

Тілі өркендемеген ел ұлттық мемлекет болып салтанат құра алмайды. Тіл бірлігі болмаса, не мемлекет, не тәуелсіздік баянды болмайды. Қазақ елінің, қазақ жерінің нағыз патриотымын деп елімізді құт мекен етіп жүрген әрбір ұлт, этнос өкілі еліне, халқына, Отанына сүйіспеншілігін, патриоттық сезімін мемлекеттік тілден бастау керек. Қазақ халқының бар рухани қуатын бойына сіңірген ардақты асылы – тілі. Ғасырлар қойнауында осы рухани қуаттың негізінде тегеурінді моңғолдың, азулы арабтың, ормандай орыс тілдерінің әсеріне түспей, бүгінге өзінің төлтумалығын сақтап келді. Өз ана тілінді білмеу – өз анаң- ды шетке тебу. Ол рухани мүгедектікке жатады. Елім деп елжіреп, тілім деп талаптанған, тілді қалқан емес, тілге қалқан болатын қазақ халқының мақтанышына айналған біртуар азаматтар, ұлт ұстаздары арамызда көп болса, қазақ тілінің тез арада өз дәрежесіне шығатыны сөзсіз. Баршамызға ортақ қазақ тілі – ел иесі, жер иесі, мемлекет иесі – қазақтың тілі, яғни қазақ құрған мемлекеттің тілі. Егер біз құт мекен етіп жүрген еліміздің, жеріміздің, тіліміздің қадір-қасиетіне жете білсек, онда біз арамыздағы өзара түсіністік пен құрмет сезімін, жарастық пен келісімнің, ұлтаралық татулықтың дәнекері бола аламыз..

Қазақ тілі – Қазақстан Республикасының мемлекеттік тілі, ол өнеркәсіп пен техниканың, ғылым мен мәдениеттің және қоғамдық саяси өмірдің барлық саласын қамтып көрсететін лексикалық байлығымен қалыптасқан жазу жүйесімен және сараланған стильдік нормаларымен тартымды. Адамды мұратқа жеткізетін –ана тілі мен ата дәстүрі. Біз ана тіліміз-мемлекеттік тілдің қолданылу аясын барынша кеңейту үшін, сөйтіп, әдебиетімізді, мәдениетімізді, тарихымызды терең оқып-үйренуге және бүкіл халықтың осы жолға түсуіне бар күшімізді жұмсаймыз. Ана тіліміздің үстем болуы үшін күрес-ең маңызды, жауапты күрес. Өйткені тілден айырылған халық жойылады, мемлекеттігінен айырылады. Сондықтан еңбектеген баладан, еңкейген кәріге дейін тіл болашағын, ұлтымыздың келешегін қазірден бастап мықтап ойлануымыз керек. Әр ұлттың баласы бірінші кезекте өз ана тілінде тәрбиеленуі, өз ана тілінің жылылығын, мейірім шуағын, санасына жинауы шарт. Ана тілінің осы қасиетін бойына сіңірмей өскен бала өз ұлтына, өз топырағына рақым шапағаты, мейірімі аз перзент болып қалыптасатыны мәлім. 906 Қазақ-ежелден бейбітшілік пен берекені, татулық пен бірлікті көксеген халық. Бүгінгі күні ұрпағымыздың жарқын да бақытты ғұмыр кешуін басты мақсат тұтудамыз. Сан ғасырлардан бері аңсаған тәуелсіздік таңы атып, қазақ халқының басына бақыт болып қонғалы ел экономикасы дұрысталып, әлеуметтік жағдайы жақсарып, болашаққа деген сенім артты. Өткен тарих пен бүгінгі заманның ерешеліктерін болашақ ұрпаққа жеткізу-біздің борышымыз.

Мемлекеттің негізгі құндылықтарының бірі-оның мемлекеттік тілі. Қазіргі таңда қазақ тілінің- мемлекеттік тілдің мәртебесін арттыру, қолданылу аясын кеңейтуде бірнеше іс-шаралар қолға алынуда. Тарихқа үңілсек, хандар мен батырлар да аузынан от шашқан шешендердің сөзіне тоқтап отырған. «Бас кеспек болса да тілкеспек жоқ» деген сөз осыдан туса керек. Адамдарды ажалдан, өлімнен, ауыл мен ауылды жаулардан құтқарған, сөз құдіреті екені даусыз. Өміріміздің алмастай қырын, абзал сырын білуімізге басты себепкер де ана-тіліміз. Ана тілінің бүге-шүгесіне дейін біліп, тереңі ірімдеріне бойлайбілу-саналы азамат болғысы келген әр адамның парызы. Сол себепті ана тілінің

байлығын пайдалана алмаған адам-пақыр, ол әрқашан күлкіге ұшырайтын жан. «Өнер алды қызыл тіл», «Тіл өнегесі дерт пен тең», «Тіл жүректің айтқанына көнсе, жасалған шықпайды»... деп ұлы Абай атамыздың айтқанына қалайша толғанбайсыз. «Ақылын болса-сөз тында» деген бабалар сөзі бүгін де ұрпаққа үлгі болары хақ. Өйткені қазақ халқы сөз сөйлеуге, нақыл сөздерді ойната білуге өтеше бер. Бабаларымыз бірауыз сөзге тоқтап, бірауыз сөзге күйініп не сүйініп отырған. Міне, осыған қарап асыл сөздердің оттай ыстық, мұздай суық, қылыштай өткір, мамықтай жұмсақ, өрмекші торындай нәзік, шуақтай жылы екеніне көз жеткіземіз. Заман өзгергенмен, адамның елі, жері, тілі, діні, тәрбиесі, бесігі өзгермейтіні хақ. Бәрімізге белгілі, тіл-ең алдымен қоғам мүшелерінің өз ара пікір алмасуына, қарым-қатынас жасауына қажетті құрал. Қай халықтың болса да басынан өткен дәуірлері, қилы-қилы кезеңдері ана тілінде із қалдырмай өте алмайды. Ана тілі ғасырлар бойы жасала береді, жасара береді. Тіл диалектикасы- жасаған сайын жасара беруінде. Орыстың ұлы ұстазы Максим Горкийдің «Балтаны ұстай білмесең, ағаш шаба алмайсын, тілді жақсы білмей тұрып, әдемі етіп, түсінікті де сүйкімді етіп жаза алмайсың» -дегені данышпандық деймін. Қазақ даласының даналығын бойына жинаған баба ақылы мен парасатын, Абайдың ақылдылығын сыршыл үні мен үкілеген үмітін бүгінгі ұрпаққа-жеткізе білген қасиетті де құдіретті аманатымызды жоғалтып алмайық. Осы міндеттерді практикалық тұрғыдан жүзеге асыру халықтың біртұтас ортақ мақсаттары мен құндылықтары төңірегінде дұрыс қызмет етуіне тікелей байланысты. Бұл істе қоғамдық өмірді демократияландырудың барлық құралдарын нығайтып, жетілдіру басты міндет болып қала бермек. Яғни, ұлттың рухын нығайту және дамыту – ұлт бірлігінің біріктіруші және бекітуші қағидатының бастау көзіне айналдырылуы керек. Халықтың рухы күшті болған сайын, оның мемлекеттілігінің де болашағы зор болмақ. Ел бірлігі доктринасында біздің ұлттық рухымызды көтерудің осы негізгі басымдықтары – дәстүр мен отан сүйгіштік, жаңару бетбұрысы, жарыс пен жеңіс рухы қарастырылған. Ал, бұл іс тебіздің қайталанбас біртұтас руханиятымыздың бірден бір іргетасы – тіліміз екенін де естен шығара алмаймыз.

Тұңғыш Президент Нұрсұлтан Назарбаев: «Біздің мақсатымыз – мемлекеттік тілді Қазақстанның барлық азаматтарының меңгеруіне қолжеткізу», деп айтты. Олай болса, мемлекеттік тілдің мәртебесімін детті түрде жоғары болуы тиіс. Оны меңгеру әркімнің де қасиетті парызы мен міндеті. Сондықтан да, мәдениетті, дәстүр мен тілді жаңғырту, дамыту, ұлттық қадір-қасиетті нығайту – мемлекеттің ең маңызды, басты бағыттарының бірі болып қала бермек. Ал, бұл істе біз қоғамның барлық салаларын модернизациялау арқылы ғана елеулі табыстарға қол жеткізе аламыз. Демек, модернизация барлық уақытта да жалпы ұлт рухының басты қозғаушы күшіне айналатын болуы тиіс. Тағы бір басты, маңызды міндет бар. Яғни, «Ұлт рухының дамуы» қағидаттары негізінде біз қай уақытта да қажетті әрі ұтымды шараларды қамтамасыз етіп отыруымыз керек. Олар – ұлттың рухын дамытуда және нығайтуда, мемлекеттік тілді дамытуда және оның аясын кеңейту де басты фактор болып, ұлттық құндылықтар мен игіліктерге қамқорлық жасауда, Қазақстанда тұратын этнос өкілдерінің мәдениетін, дәстүрін, салтын, тілін одан әрі дамытуларына жағдай жасауда, әр бір адамның өз білімін, қабілетін, кәсібилігін және бәсекеге қабілеттілігін үнемі де жетілдіріп отыруына, қоғамдағы модернизациялауға байланысты бірлескен дәйекті жұмыстарды атқаруда Қазақстанның бәсекеге қабілеттілігінің кепілетін де интеллектуалды ұлтты қалыптастыруға қызмет ететін болуы тиіс. Ұлттың бірлігін қамтамасыз ету – демократиялық, зайырлы, құқықтық және әлеуметтік мемлекетті құрудың бірден бір маңызды шарты болмақ.

Егемен ұлт ретінде қазақ халқының өз тағдырын тандау құқы, елдің барлық азаматтары үшін жасалатын тең мүмкіндік ашық та айқын жарияланған. Ол ар бүгінде ел ішіндегі ішкі саяси тұрақтылық пен азаматтық татулықты қамтамасыз етуге, этнос аралық келісімді мығымдастыруға, біртұтас қоғамды ұйыстыруға бірден бір құрал болып отыр. Мемлекет өз халқының мәдени, рухани дәстүрлерінің ұлттық игілік ретінде сақталып,

дамуына ұдайы зор қамқорлық жасап келеді. Сондықтан да, ол «тұрақтылық пен келісім – бұл күн сайынғы үлкен жұмыс, оны жылдан-жылға, ұрпақтан-ұрпаққа жеткізіп, жалғастырып отыру қажет» деп атап көрсетті. Бұл істі алғақарай одан әрі де жетілдіріп, пәр менділігін арттыра беруіміз керек. Бүгінде ЕҚЫҰ-ға 56 мемлекет қана мүше болса, ал біздің елімізде 130-дан астам ұлттың өкілдері тұрады. Қазақтың жерін мекендеген соншама ұлттардың берік те мызғымас татулығы бүгінде Қазақстанның ЕҚЫҰ-ға төрағалық ету мәртебесіне ие болуына белгілі дәрежеде өзигі әсерін тигізуде. Осындай ұлт аралық татулықтың нәтижесі мемлекеттің саяси тұрғыдағы тұрақты дамуының менеджментін де қалыптастырып отыр.

ӘДЕБИЕТ:

1. Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 7 желтоқсандағы «Қазақстан Республикасында білім беруді дамытудың 2011 - 2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы».

2. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқы Ассамблеясының XXII сессиясында сөйлеген сөзі.

Г. С. Мырзакулова
ХАТУ п.ғ. магистрі

ТӘРБИЕМЕН ОҚИТУДЫҢ БІРТҰТАСТЫҒЫ

Халқымыз өздерінің сан ғасырлар бойғы тарихында жас ұрпаққа тәрбие берудің бай тәжірибесін жинақтап, ұлттың өзіндік салт-сана мен әдет-ғұрып, рәсімдерін туғызды. Мәселен, жас аданың жұртқа танымал моральды-психологиялық өлшемі белгіленді, оның мәні «сегіз қырлы бір сырлы» шынайы отаншыл азамат тәрбиелеу еді. Міне, осы қағида сан ғасырлық дала тұрғындарына қойылатын моральдық талаптарды айқындады. М.Әуезов «ел болам десең, бесігіңді түзе» демекші төл тілімізді, дәстүрімізді, тарихымызды, елдігіміз бен ерлігімізді, рухымызды ұрпақтан-ұрпаққа жалғастыру – халқымызға сын. Ұлттық тәрбиені қалыптастыруда ұлттық-дәстүрдің ғибраты мол. Дәстүр ұрпақтан-ұрпаққа беріледі. Қазіргі уақыттағы мақсат – әлсіреген дәстүрімізді ұрпақтарымыздың санасына ұялату, оны қайта түлету, жандандыру. Бала отбасында, балабақшада, мектепте өз шыққан тегін ата бабасын біліп, өсу керек. Әдетте жеті ата мөлшері алынады. Тегін білмегенді тексіз, көргенсіз деп сөгеді үлкендер. Ұлтымыздың даму тарихын, атамекенді білу, санасына сіңіріп жастардың рухын көтеру – ұлтымызды асыл қасиеттерін сақтап қалудың кепілі. Ғасырлар бойы даналығымен, өміршеңдігімен дәлелдеген халықтың педагогика үлгілерін тәрбиенің қайнар көзі болып табылады. Қазіргі кезеңде әлемнің әр түпкірінде өткір қойыла бастаған ең өзекті жайдың бірі – осы ұлттық тәрбие мәселесі болып отыр. Ол жайдан – жай емес, әрине. Ұлттық тәрбиенің ең маңызды тұсы адамды ойлауға үйретеді. Бұлай дегенде әрбір жеке адам ең алдымен өзінің белгілі бір ұлттың мүшесі екенін іштей терең сезініп, санада сілкініс жасауы керек екенін, содан кейін барып жалпыадамзаттың қоғамға лайық орнын белгілеуі қажеттігін сіңіруі болса керек. Бұл жерде негізгі әңгіме арқауы мемлекетшілдік, ұлттық сана, ұлттық мүдде туралы болып отыр. Өйткені, біздің төлтума бітімімізге, қайталанбас ұлттық болмысымызды, ұлттық ойлау машығымызды, қала берді ұлттық кейіпімізді сақтап қалу бәрінен маңызды. Ол бізге мынау аждаһадай төніп келе жатқан дүлей дүниеде біржола жоғалып кетпеуімізге кепіл болуға тиіс. Қалай десек те ендігі жерде өзіндік «менің» сақтауға ұмтылған жұрт ең алдымен ұлттық тарихи жадын, бірегей ұлттық ойлау машығын, өзіндік дүниетанымын, ана тілі мен дінін, дәстүрлі мәдениетін аман алып қалу және оны одан әрі дамыту жолында күреске түсетіні анық. Олай болса, осы айтқанымыздың бәрі ұлттық тәрбиеге тікелей байланысты жүзеге асатынын мойындауға мәжбүрміз. Ұлттық тәрбие туралы идея бүгінгі күн талабы мен өмірлік қажеттіліктен

туындап отыр. Қазақ елінің әлемдік кеңістікте өз жолын таңдауы әрбір қазақтың емін-еркін өмір сүруінің кепілі. Ол сөзсіз ұрпақтар қамы деген ұғыммен үндеседі. Ел болу, мемлекет құру сонау түркі заманынан желісі үзілмей келе жатқан ұлттық арман-аңсар. Ел болу – болашаққа ашылған даңғыл жол. Сол болашаққа ашылған даңғыл жол ұлттық тәрбие арқылы жүруді үйренсек, ешкімнен кем болмайтынымыз анық. Бұдан шығатын қорытынды – ұлттық тәрбие идеясы ата-бабалар – алдындағы қарыз бен өкшебасар ұрпақтың алдындағы парыз – деп түсінуіміз керек. Яғни парыз бен қарыздың түйісер тұсы осы ұлттық тәрбие деп білеміз. Сондықтан мұнда алдымен мемлекет жасауға ұйытқы болып отырған этнос пен мемлекеттің мүддесі қатар тұруға тиіс. Өйткені, біз бұдан былайғы кезеңде бүкіл адамзат баласы жасаған өркениеттермен қатар дамуға тиіс мәдениеттің мүшесі болып саналады. Ендеше адамзат баласының осы уақытқа дейінгі жасаған озық тәжірибелерімен жетістіктерін қолдан келгенше түгел игеріп, қажетімізге пайдалануымыз керек. Сондай-ақ ағымдағы уақыттың талабы мен сұранысын қанағаттандырып отыру да ұлттық тәрбиедегі негізгі қағиданың біріне айналуы тиіс. Бұл үшін қазақ ұлттын қай тұрғыдан да жаңа дәрижеге, жаңа интеллектуалды сапаға көтеріп алу тиімді. Бүгінгі қазақ ұлты – бұрынғы көшпенді тұрмысқа бейімделген дала халқы емес. Бүгінгі қазақ ұлты – бұрынғы «қызыл идеологияның» қыспағында болған халық емес; бүгінгі қазақ елі – өркениет орталығы болып саналатын қала халқына айналып, сапалық жағынан көп ілгеріледі, бүтіндей 904 аграрлық жағдайдан гөрі, индустриялық-инновациялық мемлекет құруға көшіп отыр. Сонымен бірге «Мәңгі ел» ұлттық идеясымен қаруланған тәуелсіз халық. Қазіргі кезде әлем жұртшылығы ұлы реформатор, ұлт лидері деп таныған Президентіміз Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың тікелей бастамасымен Үкімет осы бағытта үлкен мемлекеттік бағдарлама жасап, барлық деңгейдегі билік өкілдері елдің индустриялық-инновациялық даму жолына түсуін қатаң бақылауына алып, жіті қадағалап отыр. Түсінген адамға мұның түпкі астарында да мемлекеттік идеядан туындаған ұлттық мүдде, ұлттық тәрбие жатыр. Ал, ұлттық тәрбиенің көздері фольклор, ауыз әдебиеті, ұлттық әдебиет, әдет-ғұрып, салт-дәстүр, ұлағаты қағидалар, шешендік сөздер, өнеге өсиеті бар мақал-мәтелдер, туған топырағымызда дүниеге келген ойшыл ғұламаларымыздың еңбектеріндегі тәрбие қағидалары болып табылады. Сонымен бірге отбасы тәрбиесінің ұлттық ерекшеліктері, туыстық қарым-қатынас, жеті ата туралы түсінік, перзенттік парыз бен қарыз, ұлттық намыс, ұлттық сана-сезім, ұлттық адамгершілік, отансүйгіштік, еңбексүйгіштік қасиеттері, ізгілік сынды тағы басқа сапалық белгілері ұлттық тәрбиенің негізгі көрінісі болады. Одан басқа жаһандану жағдайындағы ұлтаралық қарым-қатынас мәдениеті, толеранттық- төзімділік



СЕКЦИЯ 2.

ERASMUS+:

**«Kazakh Universities to
foster quality assurance
processes in Technology
Enhanced Learning»**

**Закирова Г.Д., руководитель международных проектов МУИТ,
Ниязгулова А.А., зав. каф. «Медиакоммуникации и ИК»**

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

***Аннотация:** авторы рассказывают о влиянии проекта KUTEL программы Эразмус+ на повышение качества высшего образования в Казахстане, внедрение новых технологий в учебный процесс, о процессе разработки руководства повышения качества в вузах через европейские*

***Ключевые слова:** высшее образование, качество образования, Эразмус+, KUTEL, болонский процесс. Проект*

Казахстан стремится к инновациям на основе интеграции между системой образования и исследовательской деятельностью на всех уровнях. Интеграция образования содействует культурному и социальному развитию нашего общества. Присоединение к Болонскому процессу в марте 2010 г определило основные направления и приоритеты модернизации высшей школы Казахстана. Вхождение в мировое образовательное пространство будет способствовать росту интеллектуального потенциала нации и ее конкурентоспособности.

Эразмус+ - это программа Европейского Союза, направленная на содействие модернизации и устойчивому развитию системы образования, профессионального обучения, молодежной политики и спорта. Она предоставляет финансовые возможности для сотрудничества во всех этих областях, как между европейскими странами (так называемыми странами Программы), так и между европейскими странами и странами-партнерами по всему миру. Программа с каждым годом вовлекает в свои ряды большее количество участников, поощряя новые идеи, стимулируя новые формы сотрудничества, стремится быть более эффективным инструментом для решения реальных потребностей региона, с точки зрения развития человеческого и социального капитала в Европе и за ее пределами.

Основные задачи программы – это распространение опыта и результатов, выход в международное пространство, сотрудничество высших учебных заведений. С 2015 по 2018 годы развития проекта в Казахстане профинансировано 40 проектов ППВО с участием вузов Казахстана. Общая сумма гранта по сорока проектам составила более 35,5 миллионов евро. В проектах, реализуемых в РК, задействованы 47 вузов из 14 регионов страны. [1]

Международный университет информационных технологий является активным проводником программ Эразмус+ в Казахстане. В данный момент МУИТ работает над проектом KUTEL - «Университеты Казахстана за совершенствование процессов обеспечения качества в обучении с использованием новых технологий», который направлен на повышение качества образования путем внедрения новых форм обучения.

Основной целью проекта KUTEL является содействие реформированию и модернизации высшего образования в Казахстане путем внедрения национальной системы обеспечения качества обучения с использованием технологий, гарантируя улучшение и внедрение стандартов аккредитации, руководящих принципов обеспечения качества курсов, основанных на новых технологиях.

Эта цель будет достигнута посредством следующих действий:

1. Передача знаний из ЕС в институты Казахстана.
2. Доступ к стандартам обеспечения качества (QA) для всех университетов в Казахстане.
3. Улучшение долгосрочного сотрудничества между университетами, аккредитационными центрами, деловыми кругами и государственными органами в сфере

образования для более осознанной интеграции и внедрения технологий, улучшающих обучение (TEL), и систем обеспечения качества для аккредитации и признания.

Конкретные цели заключаются в следующем:

1. Модернизировать и реформировать методики преподавания путем внедрения системы обеспечения качества (QA) в смешанном обучении.

2. Улучшить, разработать и внедрить стандарты аккредитации, руководства и процедуры для обеспечения качества учебных программ в соответствии с практикой ЕС в казахстанских университетах.

3. Создать структуру для улучшения методологии обеспечения качества курсов на основе технологий и электронного обучения на уровне вуза в казахстанских университетах.

4. Обеспечить обучение (тренинг) для ключевых действующих лиц высших учебных заведений и государственных органов, ответственных за аккредитацию или оценку программ TEL. Руководителем проекта является Университет Исследований Гульельмо Маркони. В проекте участвуют 10 университетов Европы и Казахстана.

Проект KUTEL направлен на усиление роли высшего образования (ВО) в Казахстане, стратегического инструмента стимулирования экономического роста, повышения уровня занятости, а следовательно - качества жизни и социального благосостояния граждан. KUTEL содействует реформированию и модернизации высшего образования посредством внедрения национальной системы обеспечения качества для обучения с использованием технологий новой и сложной в ЕС и Казахстане, внедрения стандартов аккредитации, руководств и процедур для курсов и учебных программ на национальном / международном уровне. Тем самым KUTEL будет способствовать увеличению числа учащихся, несмотря на трудные условия неустойчивого экономического роста, за счет широкого использования методов электронного обучения и высококачественного обучения. Уже пройден первый этап проекта, в рамках которого разработаны учебные программы, методические рекомендации, процедуры обеспечения качества разработки учебных программ ОИТ в Казахстане в соответствии с практикой ЕС.

Разработанные объекты изучения имеют разные уровни сложности, детализации и повторное использование. Также разработаны:

- конспекты лекций - текстовые документы, подробно представляющие тему (и / или другую перспективу уже объясненного содержания) курса как часть определенной модульной структуры;

- Слайды - классические презентации PowerPoint по теме.

- Вопросы для размышления - побуждающие студентов задуматься о своей учебе, объединить знания и навыки, которые они приобрели в учебном блоке и т.

- Контрольные вопросы - экзаменационные вопросы.

- Тесты, которые используются для оценки понимания студентом материала, охватываемого соответствующим модулем курса.

- Уроки мультимедиа.

Работу над проектом ведут 10 университетов –партнеров:

европейские партнеры:

Бургасский свободный университет (Бургас, Болгария),

Университет Турку (Турку, Финляндия),

Греческий открытый университет (Патры, Греция);

6 вузов из Казахстана:

Кокшетауский государственный университет имени Ш.Валиханова,

Алматинский университет энергетики и связи,

Жезказганский университет имени О.А.Байконурова,

Кокшетауский университет имени Абая Мырзахметова,

Костанайский государственный педагогический институт

Кокшетауский государственный университет им. Ш. Уалиханова.

Каспийский государственный университет технологий и инжиниринга имени Ш.Есенова,

неакадемические партнеры проекта:

Министерство образования и науки Республики Казахстан,

Национальное аккредитационное агентство НААР

В настоящее время проводится целенаправленная, последовательная работа по сближению казахстанской системы высшего образования с образовательными системами стран-участниц Болонского процесса. Так, с 2018 года все учебные дисциплины измеряются в европейских ECTS, рабочие учебные планы заменены с американских кредитов на европейские кредиты. Общий объем кредитов ECTS для освоения образовательной программы бакалавриата составляет 240, что эквивалентно объему европейских вузов.

Проект KUTEL направлен на внедрение принципов Болонского процесса – повысить качество обучения в высших учебных заведениях с использованием инновационных цифровых технологий.

Таким образом, высшие учебные заведения Казахстана интернационализируют свою деятельность и ведут активную политику интеграции в европейское международное образовательное пространство посредством европейских проектов в том числе..

1. <http://www.erasmus.com>.

2. Стеганцев А. Компетентностный подход: от профессионального образования к образованию профессионалов (К докладу на 8-м Международном фестивале бизнес-тренер [Электронный ресурс] // http://www.stiogantsev.ru/st/biz_komp-podhod.html.

Н.С. Саликова

ассоциированный профессор, к.х.н.

Кокшетауский университет имени Абая Мырзахметова

К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТЯХ И КАЧЕСТВЕ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ: ИЗ ОПЫТА ПРОЕКТА ERASMUS+ «KUTEL»

Аннотация. В статье описывается реализация проекта ERASMUS+ «KUTEL» в казахстанских вузах. Исследователями КУ им. А. Мырзахметова на примере анализа зарубежного опыта электронного обучения показаны возможности и преимущества применения виртуальной среды обучения (VLE) в учебном процессе. В статье представлены ряд факторов, снижающих эффективность VLE в учебном процессе.

На примере зарубежных вузов-партнеров продемонстрирован практический опыт европейских университетов по обеспечению контроля качества электронного обучения.

Ключевые слова: ERASMUS+ «KUTEL», VLE, качество электронного обучения, зарубежный опыт.

Одной из цели ERASMUS+ является передача зарубежного опыта вузам, участникам консорциума Проектов.

Проект «KUTEL» (Kazakh Universities to Foster Quality Assurance Processes in Technology Enhanced Learning) включает 4 зарубежных вуза – Università degli Studi Guglielmo Marconi (Италия), Burgaski Svoboden Universitet (Болгария), University of Turku (Финляндия), Hellenic Open University (Греция). Кокшетауский университет имени Абая Мырзахметова входит в консорциум казахстанских вузов проекта «KUTEL».

Для реализации, поставленной целей проекта – разработка и внедрение системы качества обучения с применением новых технологий, исследователями казахстанских вузов-участников проекта была дана оценка текущего состояния высшего образования в Казахстане в области системы контроля качества электронного обучения, зарубежными

экспертами представлена данная оценка для европейских вузов.

Анализ зарубежного опыта показал, что процесс создания системы контроля качества электронного обучения длителен и требует со стороны вуза контроля качества многочисленных составляющих электронной среды обучения.

С одной стороны, электронная среда обучения дает ряд преимуществ обучающимся и преподавателям в сравнении с традиционной формой обучения («face to face»), с другой стороны – есть ряд факторов, снижающих ее эффективность.

Рассмотрим возможности и преимущества электронной среды обучения на примере основной компоненты электронного обучения – виртуальной среды обучения (VLE).

VLE – это веб-платформа, используемая лекторами, тьюторами и студентами для поддержки преподавательской и учебной деятельности. Ее можно использовать для поддержки коммуникаций, предоставления учебных материалов, оценки, сотрудничества и групповой работы, для дополнения учебной компоненты и даже замены занятий в аудитории. Доступ к VLE можно получить как в учебном корпусе, так и за его пределами, 24 часа в сутки.

Платформы обучения VLE обычно позволяют:

- управление контентом – создание, хранение, доступ и использование учебных ресурсов;
- составление плана обучения и планирование – планирование урока, оценка и персонализация опыта обучения;
- участие и администрирование учащихся – управляемый доступ к информации и ресурсам учащихся и отслеживание их прогресса и достижений;
- общение и сотрудничество – электронные письма, уведомления, чат, вики, блоги;
- общение в реальном времени – прямая видеоконференция или аудиоконференция.

VLE может включать некоторые или все из следующих элементов:

- программа курса;
- административная информация о курсе: предварительные условия, кредиты, регистрация, оплата, физические занятия и контактная информация для преподавателя;
- доска объявлений для текущей информации о текущем курсе;
- основное содержание некоторых или всех курсов; полный курс для дистанционного обучения;
- дополнительные ресурсы, интегрированные или как ссылки на внешние ресурсы;
- тесты для самооценки или аналогичные устройства, обычно оцениваемые автоматически;
- формальные функции оценки, такие как экзамены, представление эссе или презентация проектов;
- поддержка связи, включая электронную почту, тематические обсуждения, чаты, Twitter и другие средства массовой информации.

Дополнительные элементы включают:

- вики, блоги, RSS и 3D виртуальные учебные пространства;
- ссылки на внешние источники;
- управление правами доступа для инструкторов, их помощников, вспомогательного персонала курса и студентов;
- документацию и статистику, необходимые для институционального администрирования и контроля качества;
- инструменты для создания необходимых документов инструктором и подачи документов студентами;
- предоставление необходимых гиперссылок для создания единой презентации для студентов;
- интерактивную онлайн доску для живых виртуальных классов.

Почти все высшие учебные заведения ЕС, Великобритании, Канады, США, Японии и других развитых стран приняли VLE. В их учебных заведениях VLE интегрирована с системой регистрации, так что студенты автоматически зачисляются на правильные модули и курсы. В качестве альтернативы возможность записать студентов на курс предоставляется преподавателю и самому студенту.

VLE в вузах с развитой системой электронного обучения, в том числе с хорошо развитой системой дистанционного обучения, предоставляет учебному процессу широкий набор инструментов, которые расширяют возможности аудитории за пределы традиционных стен. Тьютору и преподавателю можно сформировать свой стиль обучения, используя широкие возможности инструментов VLE.

Функциональность VLE может быть расширена за счет интеграции инструментов поставщиков других программ (например, Turnitin) или встраивания контента издателя. Многие студенты получают доступ к VLE через мобильное устройство (смартфон или планшет), чтобы учиться «на ходу».

VLE позволяет пользователям предоставлять лекционные материалы и ресурсы для студентов:

- документы курса, расписания, конспекты лекций, слайды PowerPoint, список для чтения, лабораторные руководства и другие документы;
- видео или аудиоконтенты, который преподаватель создал самостоятельно или на использование, которого у него есть разрешение;
- кликабельные ссылки на контент, доступный в другом месте, например, в библиотеке или на открытой веб-странице, например, YouTube.

VLE предоставляет множество способов общения со студентами:

1. Трансляция (Broadcast) – когда общение происходит в основном односторонне, от преподавателей до студентов. Учитель может общаться со студентами и способствует обсуждению в классе или группе посредством:

- доски обсуждений, для постановки и ответов на вопросы;
- блога – инструмента для записи мыслей и обсуждения их с другими людьми;
- Wiki – инструмента для групповой совместной работы.

2. Беседы – где ИТ-технологии могут поддерживать взаимодействие между преподавателем и обучающимися, а также взаимодействие обучающихся друг с другом.

3. Обзор – механизмы общения со студентами, где преподаватель может использовать следующие инструменты:

- объявления (если студент использует мобильное приложение, то они могут появляться в виде уведомлений);
- электронная почта: классу, подгруппе учеников или отдельным ученикам.

VLE может использоваться для поддержки рефлексии, совместной работы и групповой работы, когда группы студентов сотрудничают в проекте.

Учреждения высшего и дополнительного образования используют VLE для того, чтобы:

- удовлетворить разнообразные потребности в обучении всех учащихся с помощью цифровой учебной программы;
- персонализировать обучение, чтобы лучше удовлетворять потребности всех учеников, включая неуспевающих учеников;
- экономить время преподавательского состава и снизить стоимость обучения;
- предоставлять учащимся гибкие возможности не зависимо от времени обучения и места их нахождения;
- обеспечить обучение в манере, знакомой нынешнему поколению студентов, ориентированных на Интернет;
- обеспечить повторное использование учебного материала между различными

курсами;

- обеспечить автоматическую интеграцию результатов обучения студентов в информационные системы учебного заведения.
- иметь возможность проводить курсы обучения для большого числа студентов.

Исследования показали эффективность использования возможностей VLE. Так, в работе Aspden and Helm (2004) [1] показано, что размещение учебных материалов на электронной платформе VLE, позволило студентам, далеко живущим от кампуса, более эффективно использовать время в университете на индивидуальные консультации с преподавателем, так как они изучали материал до посещения класса. Такое также встречается в *blended learning* и известно, как «*flipped classroom*».

Что касается других признаний эффективности использования VLE: De Lucia и другие (2009) [2] провели эксперимент на выборке студентов университета, чтобы оценить функциональность синхронизированных лекций. Результаты оценки были очень положительными.

В качестве продолжения оценки эффективности VLE: исследование Jarmon и др. (2009) [3] было направлено на исследование роли VLE в совместном обучении, которое основано на практических экспериментах, и результатом которых является создание проекта. Исследование показало, что VLE идеально для применения в учебном процессе с целью получения практического опыта и имеет значительную образовательную эффективность.

В исследовании Abofakhr (2008) [4] использовался метод тестирования студентов для оценки их успеваемости в результате использования VLE. Исследование Abofakhr (2008) показало, что успеваемость экспериментальной группы, обучавшейся с использованием VLE была выше, чем у студентов, изучавших тот же предмет в рамках традиционной формы обучения.

Вместе с тем, ученые Barbour M.K. и Reeves T.C. (2009) [5] отмечают, что характер самих учащихся и необходимость в них иметь позитивное отношение к самостоятельной работе, а также необходимые технические навыки обучающихся влияют на эффективность применения электронного обучения.

Pérez and Riveros (2014) [6] обнаружили, что в большинстве случаев электронное обучение повышает самостоятельность и ответственность студентов за их обучение, однако для студентов, с отсутствием мотивации это не выполняется.

Chen и DeBoer (2015) [7] получили схожие результаты, когда обнаружили, что наиболее успешными учениками в *blended learning* были те, кто чаще занимался с онлайн-материалами.

Европейские вузы-партнеры, члены консорциума проекта «KUTEL» предоставили свой опыт обеспечения качества электронного обучения [8].

Burgaski Svoboden Universitet: с целью постоянного улучшения качества электронного обучения в вузе Департаментом по качеству системно проводится анализ мнений заинтересованных сторон на основе процедуры анкетирования: студентов по вопросам учебного процесса (оценка дисциплин, оценка стажировки, готовности к выпускным экзаменам, об организации НИР), иностранных студентов, абитуриентов, студентов для оценки преподавателей, выпускников, бывших студентов, лекторов, самооценки лектора, студентов по качеству административных и библиотечных услуг, работодателей. Результаты анкетирования анализируются руководством университета и, через систему принятия решений и контроля, планируются улучшающие мероприятия.

Так, на основе опроса, проведенного по вопросу о необходимости повышения квалификации и карьерного роста преподавателей в *Burgaski Svoboden Universitet* на регулярной основе организуются специализированные курсы по современным образовательным стратегиям, основанным на новейших информационных и коммуникационных технологиях, а также такие курсы, как: Разработка учебных

программ, связанных с системой накопления и перевода кредитов; Методология академического обучения и исследований; Психологические и коммуникативные аспекты обучения; Защита авторских прав и интеллектуальной собственности.

University of Turku: внедрена система электронной сдачи экзамена как по дисциплине, так и в целом, по курсу обучения в специализированных аудиториях, оснащенных электронным контролем доступа и видеонаблюдением. В помощь преподавателю создано Руководство по созданию экзамена, которое включает в себя: типы экзаменов и соответствующие им электронные формы, возможность создания структуры экзамена и вопросов, публикацию экзамена, оценку и редактирование экзамена, повторное открытие и копирование экзаменов. Кроме того, создано Руководство для студентов, позволяющее студенту самому выбрать день экзамена и записаться на него. Процесс электронного экзамена на уровне пользователя заключается в следующем:

1. Преподаватель создает экзамен в системе и активирует его.
2. Студент записывается на экзамен и получает автоматическое подтверждение бронирования с указанием аудитории проведения экзамена по электронной почте.
4. После сдачи экзамена студентом, преподаватель получает автоматическое электронное письмо, оценивает ответы в экзаменационной системе.
7. С результатами экзамена студент может ознакомиться на электронном ресурсе университета «Экзаменационные экзамены», а также по электронной почте, в виде письма-рассылки службы электронных экзаменов.

Hellenic Open University: организуются виртуальные встречи в видеоформате с разъяснениями по вопросам организации курса, контроля обеспеченности учебным материалом, предоставления данных по источникам дополнительной информации, разъяснения учебного материала при подготовке к занятиям и экзаменам, установлению контактов с обучающимися и стимулированию сотрудничества обучающихся между собой.

Università degli Studi Guglielmo Marconi: внедрена система электронной самооценки знания студентов с механизмом обратной связи, направленная на решение двух основных задач:

- предотвращение отчисления студентов за неуспеваемость (причина которой может быть связана с неспособностью некоторых студентов адаптироваться к электронной системе обучения);
- повышение качества учебного материала.

Результаты самооценки по предмету обучающийся видит в разделе «Отчет», при желании студент может направить их преподавателю для его ознакомления. Программа имеет возможности для статистической обработки результатов самооценки обучающихся, позволяющей преподавателю выявить наиболее трудные темы для студентов и скорректировать учебный материал. Используя этот инструмент, студенты получают объективную оценку своих знаний и пониманий, и в то же время они могут косвенно устанавливать связь со своими преподавателями: они имеют возможность связаться с преподавателем, который имеет возможность объяснить студенту его ошибки, указать на не полностью понятые предметы курса и предложить обучающемуся дополнительные материалы для чтения.

Таким образом, участие казахстанских вузов в проекте ERASMUS+ «KUTEL» позволит им, на основе передачи практического опыта зарубежных вузов-партнеров, изучить основные механизмы обеспечения качества электронного обучения, адаптировать имеющийся зарубежный опыт к условиям системы высшего образования в Казахстане и, в дальнейшем, разработать критерии структуры контроля качества обучения с применением новых (электронных) технологий для казахстанских вузов.

Литература:

1 Aspden L., Helm P. Making the Connection in a Blended Learning Environment // Educational Media International. – 2009. - №41(3). – PP. 245-252. – Retrieved from

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09523980410001680851>).

2 De Lucia A., Francese R., Passero I., Tortora, G. Development and evaluation of a virtual campus on Second Life: The case of SecondDMI // Computers & Education. – 2009. – Vol. 52. – PP. 220-233.

3 Jarmon, L., Traphagon, A., Mayrath, M., Trivedi, A. Virtual world teaching, experiential learning, and assessment // Computers & Education. – 2009.

4 Abofakhr, Z. The Efficiency of Virtual Learning on Knowledge Acquirement of Educational Qualification Diploma Students of Teaching Methodologies of Sociology, Experimental Study on the Syrian Virtual University, Zain E-Learning Centre, Bahrain, 2008. – PP. 1-29.

5 Barbour M.K., Reeves, T.C. The reality of virtual schools: A review of the literature // Computers & Education. – 2009. – Vol. 52. – PP. 403-416.

6 Pérez D.P., Riveros R.M. Unleashing the power of blended learning and flipped classroom for English as Foreign Language learning: Three spheres of challenges and strategies in a Higher Education Institution in Colombia. paper presented at the 7th International Conference of Education, Research and Innovation (ICERI) 2014, Seville, Spain. – Retrieved from <https://library.iated.org/view/pARRApEREZ2014uNL>).

7 Chen, X., & DeBoer, J. Checkable answers: Understanding student behaviors with instant feedback in a blended learning class. 2015. IEEE Frontiers in Education Conference (FIE). – 2015. – PP. 1-5. Retrieved from <http://doi.ieeecomputersociety.org/10.1109/FIE.2015.7344045>.

8 DELIVERABLE 1.2 EUROPEAN TEL ROADMAP FOR QA STANDARD. – ERASMUS+ «KUTEL», 2019. – 49 p.

Н. А. Кыдырмина

Ақпараттық-талдау жобасының жетекшісі
Аккредиттеу және рейтингтің тәуелсіз агенттігі

О. А. Яновская

Аккредиттеу және рейтингтің тәуелсіз агенттігінің кеңесшісі

ERASMUS + ЖОБАЛАРЫНДА АРТА ҚАТЫСУЫ

Еуропалық Одақтың Эразмус + бағдарламасы білім беру, кәсіптік оқыту, жастар саясаты және спорт саласындағы ынтымақтастықты жаңғыртуға және қолдауға бағытталған. Бұл бағдарлама адам және әлеуметтік капиталды дамытуға ықпал етудің тиімді құралы ретінде танылған.

Эразмус+ бағдарламасы Қазақстанның жоғары оқу орындары мен индивидуумдары үшін төрт негізгі мүмкіндік береді:

- Халықаралық кредиттік ұтқырлық
- Магистрлік дәрежесі Эразмус Мундус
- Жоғары білімнің әлеуетін арттыру
- Жан Моне.

Эразмус+ бағдарламасының төрт жыл ішінде (2015-2018) Қазақстанның жоғары оқу орындарының қатысуымен жоғары білім беру саласындағы әлеуетті арттыру (ЖББӨА) бойынша 40 жоба қаржыландырылды. ҚР-да жүзеге асырылатын жобаларға еліміздің 14 аймағынан 47 ЖОО тартылған [1].

Аккредиттеу және рейтингтің тәуелсіз агенттігі (АРТА/IAAR) 2017 жылдан бастап Эразмус+ жобаларына белсенді қатысуда. Сонымен, 2017 жылы АРТА/IAAR консорциумға EDUQAS жобасына серіктес ретінде кірді – «Жоғары оқу орындарында университет- мемлекет-бизнес ынтымақтастығы арқылы білім сапасын қамтамасыз ету жүйесін енгізу/Implementation of Education Quality Assurance System via Cooperation of University- Business- Government in HEIs» [2].

2018 жылы Эразмус+ бағдарламасы аясында KUTEL жобасы басталды – «Қазақстан университеттері озық технологияларды пайдалана отырып, оқыту сапасын қамтамасыз ету процестерін жетілдіру үшін/Kazakh Universities to Foster Quality Assurance Processes in

Technology Enhanced Learning», онда АРТА жоғары білім беруді интернационалдандыру, қолжетімділікті кеңейту және дамыту мақсатында серіктес ретінде әрекет етеді.[3].

Жоба консорциумы 4 еуропалық университеттен және Қазақстанның 10 ұйымынан тұрады. Серіктестер олардың тәжірибесі мен құзыреттілігі негізінде іріктелді. Барлық еуропалық серіктестер-университеттер электронды оқыту саласында өз қызметін жүзеге асырады, оқытудың инновациялық әдістерін енгізеді және алдыңғы қатарлы сандық технологияларды білім беруге интеграциялайды. Қазақстан тарапынан АРТА/IAAR-дан басқа, жобада 7 ЖОО, ҚР БҒМ және «Ұлт көшбасшысының жастар фронты» қатысады.

KUTEL жобасы электрондық оқыту әлеуетін барынша арттыра отырып, білім беру саласындағы басқару мен менеджментті жаңғыртуға бағытталған. Жобаның қорытындылары мен нәтижелері қазақстандық жоғары оқу орындарын білім беру ұйымдарының жаңа буынына айналдыру мақсатында алдыңғы қатарлы технологияларды (TEL - Technology-Enhanced Learning) пайдалана отырып оқытудың баламалы түрлерін ұсынады.

Жобаның негізгі мақсаты - алдыңғы қатарлы технологияларды қолдана отырып, электрондық білім беру бағдарламаларын аккредиттеу стандарттарын жетілдіру, әзірлеу және енгізу, TEL бағдарламаларының сапасын бағалау үшін мамандарды даярлау. Бұл барлық мүдделі тараптардың: академиялық қоғамдастықтардың, аккредиттеу жөніндегі сарапшылардың және мемлекеттік органдардың қарқынды дайындығының арқасында жоғары білім берудің институционалдық деңгейінде электрондық TEL-оқыту әдіснамасын жетілдіру үшін елеулі құрылымдық әлеуетті дамытуға мүмкіндік береді.

Ең табысты еуропалық жүйелердің көрсеткіштерімен салыстырғанда қазақстандық білім беру жүйесін талдау жобаның кілті болады. Осыған орай KUTEL еуропалық жоғары білім берудің тәжірибесі мен үздік практикасына сәйкес электрондық оқыту әдіснамасы, тренингтер, нақты басқарушы қағидаттар және сапаны қамтамасыз етудің ашық рәсімдері арқылы Қазақстанның жоғары білім беру жүйесін жаңғыртуға жәрдемдесетін болады. Еуропалық жоғары оқу орындарында сынақтан өткен сапа стандарттарын қолдану үшін ЕО серіктестерінің консорциумы қажет. Трансұлттық синергия алдыңғы қатарлы технологияларды пайдалана отырып, оқытудың сапасы мен өзектілігін арттыруға ықпал ете отырып, академиялық жаһандық контексте білім беру сапасының мәдениетін нығайтады.

Ағымдағы жылдың қыркүйек айында Эразмус+ 2019 ЖББӨА жобалары конкурсының нәтижелері бойынша тағы бір жоба іріктеуден өтті, оған АРТА/IAAR, SAGRIS – «Тұрақты ауыл шаруашылығы және болашақтың ауыл шаруашылығы қызметінің жүйелері бойынша жоғары оқу орнынан кейінгі зерттеулерді жетілдіру/Enhancement of Postgraduate Studies on Sustainable Agriculture and Future Farming Systems» [4].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. *Проекты по повышению потенциала в области высшего образования (ППВО) в Казахстане [Электронный ресурс] // Национальный офис программы Эразмус+ в Казахстане: сайт. – URL: <http://erasmusplus.kz/index.php/ru/erasmus/erasmus-v-kazakhstan/ppvo>*

2. *Partnership of the EDUQAS Project [Электронный ресурс] // Implementation of Education Quality Assurance System via Cooperation of University- Business- Government in HEIs (EDUQAS): сайт. – URL: <http://web.elth.ucv.ro/eduqas/partners/>*

3. *Kazakh Partners of the KUTEL Project [Электронный ресурс] // Kazakh Universities to Foster Quality Assurance Processes in Technology Enhanced Learning (KUTEL): сайт. – URL: <https://www.kutel-project.eu/index.php/partners/kazakhs-partners>*

4. *Kudyrmina N.A. IAAR Participation in Erasmus+ Projects // Education. Quality assurance, № 3, 2019, P. 73-74.*

N.Yu. Kifik,
c.ped. sc., the Dean of the Faculty of Physical Culture, Sport and Tourism;

V.V. Bezhina,
PhD, associate professor of the Department of Philology;

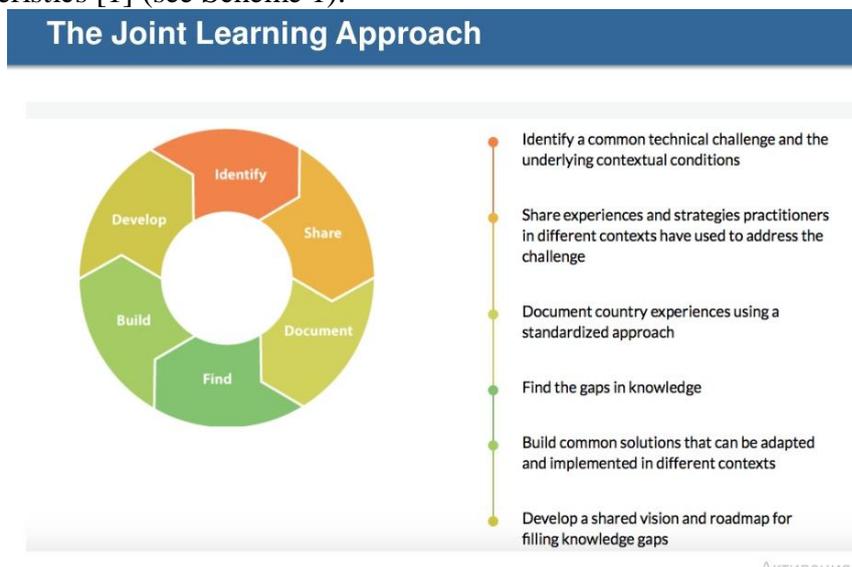
R.K. Bekmagambetov,
c.h.sc., the head of the staff
Kostanay State Pedagogical University named after U. Sultangazin, Kostanay, Kazakhstan

THE PROCESS OF INFORMATION COMPILING FOR THE JOINT LECTURING ("KUTEL" INTERNATIONAL ERASMUS+ PROJECT)

Abstract The article deals with the description of the international Erasmus + project "KUTEL". The authors demonstrate the process of compiling information on WP concerning development of the joint product – the lectures mediated by Adobe Presenter licensed programme. Joint learning approach has been presented as a core guidance for the co-producing of the final product of partners.

Key words: Erasmus+ programme, KUTEL, joint learning approach, co-producing, lecture.

Based on the JLA (Joint Learning Approach) the information compiling process for joint lecturing via WP (work package) of the International Erasmus + Project KUTEL ("Kazakh Universities to Quality Assurance Processes In Technology Enhanced Learning" (KUTEL) is a three-year project co-funded by the European Commission in the framework of the ERASMUS Plus Programme, Key Action 2 "Capacity-building in the Field of Higher Education") has the following characteristics [1] (see Scheme 1):



Scheme 1. Joint Learning Approach Cycle

Stating briefly, the Project Consortium brings together 14 organisations: 4 are from European countries - Italy, Bulgaria, Finland and Greece – and 10 are from a Central Asia country, namely Kazakhstan. The Kazakh organisations involved are 7 Universities from different areas of the country, the Ministry of Science and Education, an Accreditation Agency and a Public Foundation having the **main aim** as to promote the modernization of HE in Kazakhstan through the introduction of a national quality assurance system for technology-enhanced learning by guaranteeing the improvement and implementation of accreditation standards and procedures of TEL (Technology Enhanced Learning) – [2].

Following the main aim of the project, it is obvious that joint information compiling for TEL has been the inseparable part of improvement of the quality standards in Kazakhstani

Universities.

Following the Procedure of JLA (see Scheme 2), information compiling in the joint way is the first step to modernization of educational process in terms of its assessment from the view point of TEL:

- | | |
|--|---------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifying a set of priority issues and common challenges ✓ Agreeing on useful knowledge product(s) to develop together ✓ In-person meetings and virtual collaboration ✓ Ongoing work in countries (both existing and inspired by the Collaborative) ✓ Co-producing new knowledge ✓ Creating a community | Активация Win |
|--|---------------|

Scheme 2. The Procedure of JLA

Co-producing new knowledge (in our case – the joint Adobe Presenter based Lectures) can be ‘problematic’ (Edelenbos J., Arwin van Buuren, Nienke van Schie (2011 –[3])but at the same time it must be considered as the step to creating a cross-country relationship for reaching a common stated above goal of the Project.

According to the WP of the Project, all of the partners are involved into the process of co-production of joint lectures within the framework of the Project.

As an example, the structure of the Introductory Course Module is the following one (BFU- Burgas free University):

| KUTEL Introductory Coursemodule | |
|--|---|
| 1 | Coursepresentation |
| 2 | Syllabus |
| 3 | CourseSchedule |
| 4 | Guidelines and recommendations for trainees |
| 5 | Assessmentmethodsandrules |

The distribution process of co-producing for each Partner University was based on the following principles:

1. Availability of information;
2. Expertise of the staff;
2. Expertise of the staff;
3. Specification of the University;
4. Data analysis.

Co-producing of joint lectures has the following cycle:

- 1) Elaboration of the Lecture (Lecture Note, Storyboard, Presentation, Control Questions and Test Questions);
- 2) Preliminary feedback analysis from European Institutions (primary correction);
- 3) Correction 1 of the co-produced Lecture;
- 4) Secondary feedback analysis from European Institutions;
- 5) Correction 2- n of the co-produced Lecture;
- 6) Final acceptance from European Institutions;
- 7) Joint-analysis of the Lectures (from all PU- Partner Universities);
- 8) Adobe Presenter Recording and its final acceptance;
- 9) Issue of the co-product (Lecture sets).

Consequently, KSPU (Kostanay State Pedagogical University named after U.

Sultangazin) was responsible for the development of the Lectures on the following topics: “Stakeholders involvement”, “Student-student and student-teacher interaction”, “Assessment and evaluation of the logistic and support”.

Below you may see the abstract from the Lecture presentation “IQA and Organisational Culture” on the Topic “Stakeholders involvement” (see Scheme 3)



KUTEL

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The tools used for the feedback mechanisms
(<https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/feedback-channel>)

- Using **online questionnaires** – google forms, survey monkey, etc. for global analysis of the role of stakeholders in IQA in HEIs;
- Organising **online meetings** – videoconferences, Any Meeting.com, Hangouts, Skype sessions;
- Using **blogging platforms** – mypage, blog spots, etc.
- Involving **social media** for collaboration and data collection – Facebook, WhatsApp, Instagram, VK, OK

Google forms, Skype, Blogger, Facebook

Scheme 3. The Slide from the Multimedia Lesson by KSPU

To summarize, it is necessary to state that co-producing of lectures for the joint syllabus on IQA based on TEL is the core perspective of the Project “KUTEL”. All of the Partners must work productively and openly for the implementation and modernization of the existing system of quality assessment with the recommendations of the leading European Institutions.

Bibliography:

1. E-source: <https://www.slideshare.net/HFGProject/what-is-joint-learning>
2. E-source: <https://www.kspi.kz/en/erasmus-plus>
3. Edelenbos J., Arwin van Buuren, Nienke van Schie (2011). Co-producing knowledge: joint knowledge production between experts, bureaucrats and stakeholders in Dutch water management projects, *Environmental Science & Policy*, Volume 14, Issue 6, 2011, pp. 675-684, ISSN 1462-9011, <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2011.04.004>.

Н.Ю.Кифик,

декан факультета Физической культуры, Спорта и Туризма, к.п.н.

В.В.Бежина,

ассоциированный профессор кафедры иностранных языков, доктор философии

Р.К.Бекмагамбетов,

руководитель аппарата, к.и.н., Костанайский государственный педагогический университет им. У. Султангазина

РЕАЛИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРОЕКТА «KUTEL» НА ПРИМЕРЕ КОСТАНАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. У. СУЛТАНГАЗИНА

Аннотация: исходя из основной цели международного проекта, в котором принимает участие Костанайский государственный педагогический университет им. У.Султангазина, а именно совершенствование процессов обеспечения качества в обучении, через использование современных образовательных технологий в статье дается анализ системы менеджмента качества в университете через характеристику основных процессов, регламентирующих учебный процесс, отмечается также степень использования информационных технологий обучения ППС вуза.

В ноябре 2018 года стартовал новый проект «KUTEL» «Университеты Казахстана за совершенствование процессов обеспечения качества в обучении с использованием

передовых технологий». Это уже второй международный проект, в котором участвует Костанайский государственный педагогический университет. Данный проект финансируется при поддержке Европейской комиссии. Проект «KUTEL» рассчитан на 3 года. Основная цель данного проекта заключается в совершенствовании процессов обеспечения качества в обучении, через использование современных образовательных технологий. В связи с этим уже проведена подготовительная работа по анализу состояния качества образовательного процесса в вузе и анализа использования современных образовательных технологий обучения. Так, была проанализирована система менеджмента качества в университете, определены основные составляющие данного процесса.

Система менеджмента качества в КГПУ им. У. Султангазина ориентирована на оптимизацию всех основных процессов жизнедеятельности вуза. Одна из ключевых целей СМК состоит в том, чтобы она действовала как инструмент предупреждения. Данная система представляет собой отлаженный механизм в виде процессного подхода ко всем компонентам деятельности, включающий в себя планирование, позволяющее реагировать на его реализацию наиболее рациональным образом, позволяющим избегать лишних издержек благодаря предусмотренным схемам анализа, сбора информации и принятия решений [1].

Процессный подход по отношению к деятельности вуза представляет собой совокупность видов его деятельности, связанных между собой и, самое главное, находящихся в управляемых условиях. Процессный подход позволяет определить цели и критерии не только в области качества, но и в целом по вузу, увидеть связи между всеми процессами, оценить результативность предпринимаемых шагов с целью дальнейшей их оптимизации. Данный процесс предполагает пересмотр и актуализацию внутренних документов, возможность определения и систематического анализа проблемных мест, внесение абсолютной ясности в зоны ответственности сотрудников, улучшение трудовой дисциплины, возможность дополнительного контроля хода выполнения всех работ [1, с.7].

Система менеджмента качества, функционирующая в вузе выстроена с учетом ориентации на потребителя, т.е. потребители (студенты и их родители) должны быть удовлетворены качеством предоставленных услуг. Ввиду этого СМК выстроена на системе планирования деятельности, оценки и мониторинга выполнения работ. Данная система описана как именно должна выполняться та или иная работа, какие необходимы условия персоналу для выполнения своих обязанностей, установлены показатели и цели в деятельности и продумана система измерения всех показателей.

Так в КГПУ им. У.Султангазина в соответствии с процессным подходом разработаны следующие документированные процедуры, позволяющие регламентировать учебный процесс:

- ПРО КГПИ 403-16 «Управление служебной документацией»
- ПРО КГПИ 604-15 «Воспитательная работа и социальные условия для студентов»
- ПРО КГПИ 704-15 «Организация и планирование учебного процесса»
- ПРО КГПИ 701-15 «Профориентационная работа»
- ПРО КГПИ 605-15 «Научно-исследовательская работа ППС»
- ПРО КГПИ 602-15 «Повышение квалификации ППС»
- ПРО КГПИ 802-15 «Управление несоответствующей продукцией»
- ПРО КГПИ 704-15 «Организация и планирование учебного процесса»
- ПРО КГПИ 709-15 «Трудоустройство выпускников»
- ПРО КГПИ 801-15 «Внутренние проверки»
- ПРО КГПИ 708-15 «Профессиональная и производственная практика»
- ПРО КГПИ 706-15 «Оценка знаний»
- ПРО КГПИ 705-15 «Обучение в бакалавриате»
- ПРО КГПИ 703-15 «Учебно-методическая работа»

ПРО КГПИ 702-15 «Формирование контингента»
ПРО КГПИ 803-15 «Проведение корректирующих и предупреждающих мероприятий»
ПРО КГПИ 707-15 «Ликвидация академической задолженности» (рисунок 1)

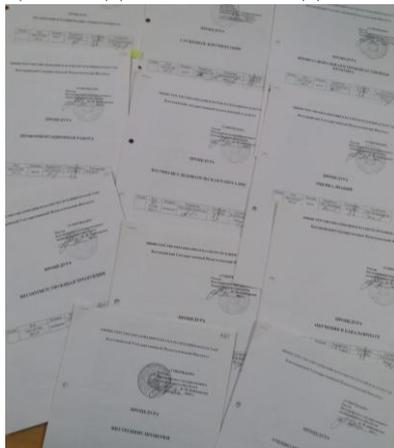


Рисунок 1 Документированные процедуры КГПИ

Каждое подразделение с учетом соответствующей специфики разрабатывала свои процедуры, прописывая все основные этапы, характеризующие данные процессы и соответственно доводило до сведения тех подразделений, которые участвуют во всех процессах, регламентируемых данными процедурами.

Функционирование системы менеджмента качества в вузе предполагает выполнение всех процессов, регламентированных процедурами, а также осуществление систематического контроля за реализацией целостного процесса. Контроль также предполагает проведение корректирующих и предупреждающих действий, т.е. правильное функционирование системы качества направлен на выявление недостатков и своевременное их устранение.

Одним из рычагов, влияющих на обеспечение качества обучения в вузе является использование современных информационных технологий обучения, именно данный аспект является основополагающим в реализации международного проекта Kutel, инициируемого Университетом им. Гульельмо Маркони г.Рим, Италия.

Для реализации данного направления деятельности нами также проведен мониторинг использования информационных технологий на учебных занятиях ППС вуза, проведен анализ информационного обеспечения вуза. Следующим этапом реализации проекта - вузами-партнерами будет проводиться большая работа по обучению участников проекта умению работать в программе Adobe Presenter.

Для выявления степени обученности владения информационными технологиями ППС вузов-партнеров из Казахстана, видения системных вопросов по обеспечению качества учебного процесса была разработана специальная анкета. Разработчиками выступили партнеры из Греческого открытого университета г. Патры (Греция).

Цель проведения анкетирования наличие обратной связи с участниками образовательного процесса. Целевой аудиторией для проведения анкетирования выступили: преподаватели отдельных факультетов вузов и представители по обеспечению качества в соответствующих регионах. Цель данного анкетирования выявление общей информированности профессорско-преподавательского состава по основным вопросам обеспечения качества учебного процесса в вузе. Знание основных процессов организации учебного процесса, подготовки рабочих программ, силлабусов, индивидуальных планов студента и т.д [2]. Кроме того, анкетирование предусматривает анализ ситуации по возможности внесения изменений в процедуры обеспечения качества. Также отдельный блок вопросов касается анализа ситуации использования новых образовательных

технологий в учебном процессе, плюсы и минусы в данном вопросе. Анкетирование затрагивает вопросы поддержки ППС в разных направлениях деятельности (рисунок 2,3)

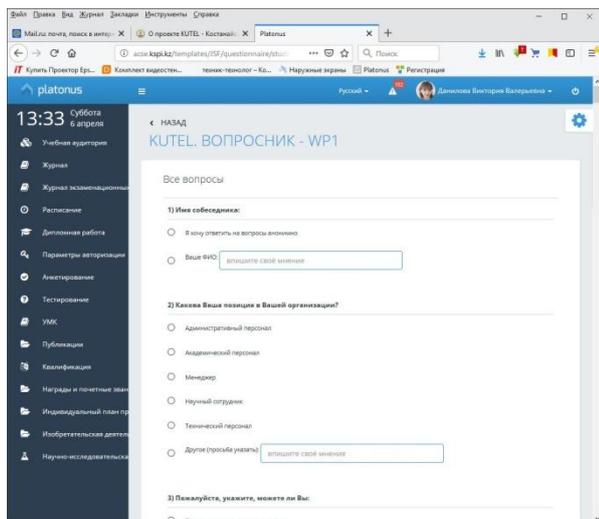


Рисунок 2 Проведение анкетирования по проекту Kutel

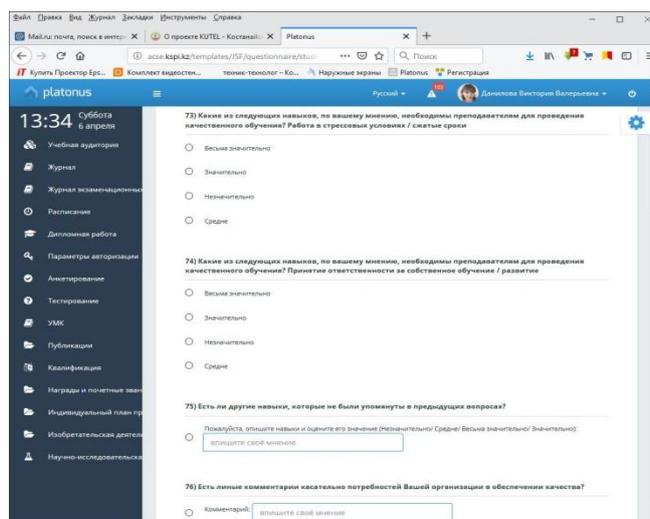


Рисунок 3 Заполнение анкет ППС вуза в системе Platonus

Анкетирование представителей по обеспечению качества в Костанайской области ориентировано на выявление вопросов подготовки специалистов, владеющих современными образовательными технологиями обучения, способных своевременно ориентироваться в образовательном процессе учебного заведения. Для представителей в области качества определенный интерес вызвали вопросы, связанные с рычагами контроля и пересмотра учебных программ в соответствии с требованиями общества и работодателей, а также вопросы по организации внешнего обеспечения качества [3].

Таким образом анкетирование позволило определить начальный уровень обеспечения качества в обучении, степень овладения современными технологиями обучения в Костанайском государственном педагогическом университете им. У.Султангазина и было очередным этапом в работе по проекту «KUTEL». Следующие шаги предполагают такую же планомерную и последовательную работу в данном направлении.

Список литературы:

1. СТ РК ИСО 9000-2007 Система менеджмента качества Основные положения и словарь ISO 9000:2005 Quality management systems - fundamentals and vocabulary // СТ РК ИСО 9000-2017 с 01.01.2019 г. // https://online.zakon.kz/document/?doc_id=30509001#pos=0;0
2. Электронный ресурс: <https://www.kspi.kz/ru/kutel>
3. Роль международного проекта Эразмус + «KUTEL» в повышении качества образования (предварительный опыт КГПУ им.У.Султангазина) // Научный журнал «Kazakhstan Innovations», Кокшетау. - 2019, с. 21-24

СЕКЦИЯ 3.

МОЛОДОЙ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬ:

ЦИФРОВАЯ СФЕРА НАУКИ

И БИЗНЕСА

K. K. Abat,
Student of 1st course at IITU
Supervisor **G.A. Nurmukhanbetova,**
associate professor of IITU

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS CONCERN ME TOO: GENDER EQUALITY - UTOPIA OR REALITY?

Abstract: This article describes a problem of gender equality and its role in the context of sustainable development. The main questions people ask about achieving gender equality are characterized. It also explores the relationship between feminism and gender equality. The purpose of the article is to consider the modern problems of gender equality in Kazakhstan in political, economic and social spheres.

Keywords: gender equality, sustainable development, feminism, discrimination, victim blaming syndrome.

Nowadays, you cannot find a person who has not heard the term "gender equality". In recent years, this issue is becoming more and more relevant than ever not only in the post-Soviet territory where I live, but also in the world. This issue was included into 17 sustainable development goals adopted in 2015, and according to this document, there is a global goal to achieve gender equality in each country. Scientists, politicians and ordinary people are arguing about questions like: "Do we need gender equality? How to achieve it? What might come of it all?" Mostly, people believe this idea is utopian and it breaks the established rules in our society. However, there are some people, including me, who believe that gender equality is a necessary part of the modern world.

I cannot talk about gender equality without talking about feminism. Because one part of this movement is intersectional feminism which implies equality for both female and male, and therefore, feminism directly affects gender equality. However, due to the fact that feminists often talk about that, people have an opinion that gender rights are entirely "women's issue". So they declare: "Let women discuss everything that they want, it's none of men's business!" I believe this is totally wrong. First of all, gender problem is a social trouble that affects the whole society. It's not only women's problem but also of men's.

It is important to devote sufficient attention to this to this issue, because the quality of our lives depends on whether we come to gender equality or not. It is the full use of human capital that allows the country to achieve progress and sustainable development. Both woman and man are important elements for creating a developed society in which everyone can reach their potential, regardless of gender, race and creed. Nevertheless, there are some questions like, "How to achieve gender equality?" and "What it takes to?" Let's speculate on the problems in our society that we need to solve for achieving an ideal gender-equal society.

I will take situation in Kazakhstan as an experience, because I live here and I know the entire situation with the gender issue in my country. Firstly, we have big problems with women's rights at work. Men occupy leading positions not only in politics, but also in all other spheres. Besides, women earn 30% less than men (despite the fact that women do the same work as men) and females also have to do household duties and have to look after children. Moreover, it directly affects the opposite sex too. Men often discriminated against when they try to do "female things" like parenting children. In Kazakhstan people used to say, "bul katynyn isi" and it means "it's woman's business". In many cases man are not hired to work as a kindergarten teacher or primary school teacher because of the bias that that women are more sensitive and kind than men, so they used to look after children more carefully and tenderly.

Secondly, there are gender stereotypes of appearance, the way that someone or something looks. As a woman, you have to fit stringent standards like having a perfect body, shaving body hair and taking care of appearance. Otherwise, woman might get the humiliating comments such

as “you look ugly”, “you got fat”, “if you are a woman, so how can you look like that?!” Even the modern pop culture promotes the beauty standards. In contrast to it, the requirements for men’s appearance are not so strict. But people strongly criticize boys who are trying to look like girls. It banned when boys are having long hair, wearing makeup, dressing in a skirt or, God forbid, dressing in a pink colored T-shirt. There is a special issue with colors in a gender world. Children from childhood are divided into gender roles by colors: pink one - for girls, blue one - for boys. However, girls can wear "men's colors", but boys shouldn’t wear pink. It sounds ridiculous, but this is exactly what happens in our society.

Thirdly, there is a very serious issue – legislation. On the one side, women are more vulnerable to abuse such as domestic violence and sexual violence. And we do not have a law for it in our country. In addition, there is a phenomenon called victim blaming syndrome (blame the victim), that is really widespread nowadays. Basically, in 8 out of 10 cases, a girl, who has been abused by a man, will be blamed by society, considering it was her own fault because she can provoke man. In this case, it becomes clear to understand that men took a dominant position in social and legal areas of our life. On the other side, men cannot report to police the facts of abuse unlike women. The police will probably laugh at man or call him “a coward who could not fight with an abuser”.

Fourthly, there is a scientific side of this problem. Men and women have physiological differences. And that is a fact. However, gender equality does not mean equalization in the structure of the organism, in appearance or in the power capacity. Whatever we do, it’s impossible. Gender equality means the equal political, economic, social and personal rights for both sexes. That is why it is ridiculous when the incompetent scientist convinced that equality is impossible, because “women are more stupid than men, they have a smaller brain” or “the strength of a person depends on the size of his Adam's apple: men have an Adam's apple – so they are strong, women do not – so they are weak”. It will take several pages to prove the fallacy of these “facts”, but I think even these statements can be judged on the absurdity of such statements.

In conclusion, nowadays there are many problems in gender issue. All these problems need to be solved for reaching a society with equal rights and equal opportunities for all people. In my opinion, we can achieve it by education. Many people do not understand that they are discriminated against because of their sex. So it is important to teach them about what does discrimination mean. Also gender equality requires more responsibility from both male and female. Afterwards, people cannot hide behind established roles given by a society and they will have to determine their own place in our life. According to the global sustainable development goals, achieving gender equality is one of the most important priorities, and Kazakhstan has also joined this world agenda. So I have high hopes that gender equality will be established in my country and it will no longer be utopia, but reality.

Internet links:

1. <https://www.sdgfund.org/goal-5-gender-equality>
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Gender_equality
3. <https://www.unicef.org/gender-equality>
4. <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernoe-ravenstvo-kak-tsennost-prava>

Zh. Kurbanay, T. Zhursinaliyeva,
Students of Narxoz University
Major «International Relations»
Scientific supervisor: **Zulfiya Imyarova**

DIGITALIZATION OF EDUCATION: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Abstract. The authors have presented a comprehensive analysis of the processes of digitalization of education, most actively taking place in the modern world. However, along with the advantages of the formation of a knowledge society and the digital stage of development of modern civilization culture there are some serious drawbacks.

Key words: Digitalization of education, blended learning, learning strategies, trends in education.

Digitalization of education is a powerful trend in terms of reformation and modernization of global education environment. Digitalization means transformation of all information types (texts, sounds, visuals, video and other data from various sources) into the digital language. Discussing the phenomenon of digitalization, it should be noted that various analysts and forecast experts (mostly British, including Tim Berners-Lee - one of the inventors of the World Wide Web [1] consider transition of education process into digital stage as the turning point in the history of education.

Digital education is generating new learning opportunities as students engage in online, digital environments and as faculty change educational practices through the use of hybrid courses, personalized instruction, new collaboration models and a wide array of innovative, engaging learning strategies. Furthermore, a 21st century view of learner success requires students to not only be thoughtful consumers of digital content, but effective and collaborative creators of digital media, demonstrating competencies and communicating ideas through dynamic storytelling, data visualization and content curation.”

By 2020 it's estimated there will be 1.5 million new digitised jobs across the globe. Today, however, 90% of organisations currently have an IT skills shortage, while 75% of educators and students feel there is a gap in their ability to meet the skills needs of the IT workforce. Research by the World Economic Forum estimates that 65% of children entering primary school will find themselves in occupations that today do not exist. It is imperative, therefore, for the education sector to prepare the talent needed for the digital economy, by adapting as fast as the increasing demand for IT skills [2].

The word “digital” describes any system based on discontinuous data or events. Computers are digital machines because at their most basic level they can distinguish between just two values, 0 and 1, or off and on. All data that a computer processes must be encoded digitally as a series of zeroes and ones [3].

The opposite of digital is analogue. A typical analogue device is a clock in which the hands move continuously around the face.

Digitisation is the process of converting the content of physical media to digital formats. Digitisation refers to the process of translating a piece of information such as a book, journal articles, sound recordings, pictures, audio tapes or videos recordings, etc. into bits. Bits are the fundamental units of information in a computer system. Converting information into these binary digits is called digitization, which can be achieved through a variety of existing technologies. A digital image, in turn, is composed of a set of pixels (picture elements), arranged according to a pre-defined ratio of columns and rows. An image file can be managed as a regular computer file and can be retrieved, printed and modified using appropriate software. Further, textual images can be OCRed so as to make its contents searchable.

Studies linking the provision and use of technology with attainment tend to find

consistent but small positive associations with educational outcomes. However, a causal link cannot be inferred from this kind of research. It seems probable that more effective schools and teachers are more likely to use digital technologies more effectively than other schools. We need to know more about where and how it is used to greatest effect, then investigate to see if this information can be used to help improve learning in other contexts. We do not know if it is the use of technology that is making the difference.

Research findings from experimental and quasi-experimental designs – which have been combined in meta-analyses – indicate that technology-based interventions tend to produce just slightly lower levels of improvement when compared with other researched interventions and approaches (such as peer tutoring or those which provide effect feedback to learners). The range of impact identified in these studies suggests that it is not whether technology is used (or not) which makes the difference, but how well the technology is used to support teaching and learning. There is no doubt that technology engages and motivates young people. However, this benefit is only an advantage for learning if the activity is effectively aligned with what is to be learned. It is therefore the pedagogy of the application of technology in the classroom which is important: the how rather than the what. This is the crucial lesson emerging from the research.

Advantages

- Increased Productivity- It takes an employee a lot of time to find the paper document they are looking for. With a well-executed digitalization and document imaging plan, this can be reduced to a few seconds or less.
- Easy to access and always accessible- Documents that have been converted can be easily accessed through the cloud or system using any device that has internet, anywhere or anytime.
- Enhanced security- A scanned document is trackable document. If needed, only certain users can access the documents and workflows can be set up along with permission groups for an individual, which enhances the security and maintains the confidentiality of the document.
- Document recovery. There is always the risk of losing paper documents and this can lead to serious disaster. Creating images of documents offers you to have a secure storage of your data that can also be transferred to the cloud or local document management system, which allows you to restore valuable documents with one click.
- Save space and space.
- Environmentally friendly - document processing and the overall process of digitizing documents add to your green loans and are an environmentally friendly initiative. This eliminates the need for multiple backups and unnecessary printing, increasing the environmental ratio.

Disadvantages

- With the advancement of mechanization, teachers are not equally trained with its proper implementation. Thus, learners are just using technology instead of gaining knowledge from it. Using applied science to achieve education in the proper way is a good thing but to transform it into an active set of skills is a matter of time.
- Relying completely on computers are creating poor studying habits. Many students keep browsing websites to find the shortest possible way to solve problems in Mathematics instead of solving them in a traditional way which actually helps them to gain in-depth knowledge of the subjects. Spell-checkers prevents them from learning the correct spelling thus resulting infinite spelling mistakes in paper.
- It is the human being who built technology not the technology that created a human. As humans are not error-free, similarly technology too does not come error-free. There are lots of problems like server error and connectivity problems which take oodles of time to troubleshoot it, therefore, hindering the learning process which can sometimes be a matter of frustration both for the learners and the educators. Wastage of time because of

unnecessary issues is not at all advisable in schools or any learning institutes where every second is valuable for the learners.

- With the speeding development of technology, the websites owner urges to rank their websites higher in search engines, so they only concentrate on rankings instead of the content that they are posting. Many websites come with wrong information that has been copied and pasted from other sources without checking its authenticity. Thus, the learners are misguided by the wrong information available on the websites. These things can perhaps become serious obstacles in their development.
- There are arguments that because of all the new technology that there is a loss of communication skills and the ability for people to interact with each other. Since a fairly large amount of the new technology is made for an independent use there are valid concerns about the loss of interpersonal and cooperation skills that students usually develop within a classroom setting.
- It is not secret that the newest and most up to date technology is very expensive. In order for a school to use technology like this they have to pay for it, which is difficult for most public schools to do because of the sheer cost. This is also difficult for parents because the students become accustomed to some technology that they do not have at home.

The aforementioned innovative tendencies will govern education development in terms of globalization and, as it was stated above, will influence all sides of education and will be followed by major changes in academic activity, i.e. classwork. Classroom activities of the future will not represent a typical picture of a teacher in front of its students, sitting at desks arranged in perfect rows. Introduction of innovation digital technologies will change not only teaching form and tools, but its environment as such.

In today's hyper-connected world, sensible use of technology can enhance education. It's clear that the benefits are many more. But the key to technology in the classroom is always going to be the teacher-student relationship, because that's where the education happens. Technology can be a highly effective tool, but that's all it is — a tool because man has created technology and technology has not created man. Technology is not meant to replace the teacher. Rather, the idea is to create a flexible learning environment that breeds innovation. Technology in education can pave the way to new experiences, new discoveries, and new ways of learning and collaborating.

References:

1. Internet and education. Do Russians use the Internet for educational purposes? FOMNibus, (30 July 2015). Date View 06.05.2017 <http://fom.ru/Nauka-i-obrazovanie/12256> Khan principles. (n. d.). Date View 06.11.2019 <https://www.khanacademy.org/> Overview and Analysis of Policy Models for the Integration and Innovative Use of Digital Technologies in Education.
2. Pearce N., Weller M., Scanlon E. and Kinsley S. (2011). Digital scholarship considered: how new technologies could transform academic work. *Durh. Res. Onl.*, 16 (1), 72-80.
3. Popova M. (2016). The Big Brake. *RBC + Education*, 050 (2306), 1-2. Stuart, K. (2014). What every parent needs to know about video games: a crash course. Date View 06.05.2019 <https://www.theguardian.com/technology/2014/jun/02/parents-guide-videogames-playstation-xbox-wii-apps>
4. Hewlett Foundation Deeper Learning Website. Culture Shift: Teaching in a Learner-Centered Environment Powered by Digital Learning, May 2012. <http://www.all4ed.org/files/CultureShift.pdf>.
5. Bonk, Curtis J. (2009). *The world is open: How web technology is revolutionizing education*. San Francisco: Jossey-Bass.

B. Kamar, M. Arinova,
Students of 4th year at IITU
Supervisor G.A. Nurmukhanbetova, associate professor of IITU

ICT IN SMART TRANSPORTATION AND LOGISTICS SYSTEMS

Abstract: ICT sector is already transforming the transport industry, changing existing relationships between actors in the value chain and creating space for new entrants. ICT solutions have led to the emergence of several new organizational forms, which allow for the creation of dynamic and strategic networks among individuals and small companies. Certainly, transport is a key and cross-cutting sector. From an industrial disruption's point of view, transport is a highly innovative sector. Concerning the environment, transport and logistics account for the 15% of global CO₂ emissions and 40% of air pollution worldwide, particularly due to road freight transport. In this sense, these sectors need urgently to be transformed and made more sustainable.

Key words: ICT, smart transportation, sustainable logistics systems.

The main goal of our research is to find a way to make people life safer, healthier, more secure and comfortable with the help of ICT in transport and logistics systems. The objectives of the research are: to analyze the present trends of ICT in transport and logistics in the worldwide leader countries in the industry; to investigate the current state of Kazakhstani logistics and transport systems; to search for prospects and smart solutions for this industry in Kazakhstan.

Global and specific priorities in the field of ICT in Smart transportation and logistics systems. The World Summit on the Information Society (WSIS) was a two-phase United Nations-sponsored summit on information, communication and, in broad terms, the information society that took place in 2003 in Geneva and in 2005 in Tunis. One of its major aims was to bridge the global digital divide separating rich countries from poor countries by spreading access to the Internet in the developing world. In the last decades of the 20th century the new Information and Communication Technology (ICT) were implemented, especially in the developed countries. Using ICT changed the modern society in many ways which is known as digital revolution, and therefore new opportunities and threats had been raised. The world's leaders were hopeful to solve many problems using ICT.

Specific context of the research concerns being the citizens of Kazakhstan we have to be aware of geographical position of our country and to adjust to national priorities like: Kazakhstan-2050, State program "Digital Kazakhstan", Digital Agenda in an Era of Globalization, Environmental Code of the Republic of Kazakhstan etc.

Problems of ICT in Smart transportation and logistics systems include:

- E-commerce: existing online services such as online shopping and delivery will have serious impact on logistics companies' existing routines and transport infrastructure.
- Data: after certain point all collected data will restructure the industry, obligating to be collected, analyzed and applied appropriately.
- Drop of licensed drivers to cars: digital technologies offer transport different transport solutions, as consequence number of licensed drivers will decrease.
- Insurance problem: responsibility and related risks for the new technology solutions for different modes of transport, hence, rise of a responsibility for autonomous vehicle during an accident.

Advantages of ICT in Smart transportation and logistics systems can be defined using "Compass principle":

N (North) – Nature: resource-efficient transport enabled by making vehicles cleaner and quieter, by developing smart technology, infrastructures and services, less dependent on fossil fuels;

E (East) – Economy: integration and economically profitable business models to provide needs of people.

S (South) – Society: new opportunities for people in and outside of industry using new technology solutions;

W (West) – Wellbeing: better mobility, less congestion, more safety and security, achieved by developing new concepts of freight transport and logistics, and by reducing accident rates and improving security with the help of ICT.

International experience in the sphere of ICT in Smart transportation and logistics systems is presented by different services:

SINTEF, one of Europe largest independent research organizations, uses ICT and transport domain knowledge in research on the above for person transport, freight transport, traffic management and ITS (Intelligent Transport Systems) within all transport modes (road, sea, rail and air). They also do research on related domain architectures and languages, model based development, semantic technologies for discovery and access to transport data, interoperability, scalability of solutions, and etc.

Dynamic composition of transport chains. The load factor of the load units and transport means can be increased, and the number of transport means on the road will be reduced.

Mobility as a Service (MaaS). A variety of transport services can be integrated in one service for coordinated and smart use of transport networks.

Smart charging and charging infrastructures for chargeable vehicles. Charge planning can be automated and integrated in route planning, and vehicles can cooperate with the charging infrastructure, which can provide in-time charging and load balancing.

Collaboration between transport infrastructure and vehicles, and between vehicles. Transport will be safer and more efficient, and the capacity in the transport network will be better utilized.

The National Program for Infrastructure Development «Nurly Jol» for 2015-2019 stated that the formation of a single economic market should be carried out by integrating the country's regions based on building effective infrastructure based on the hub principle to ensure Kazakhstan long-term economic growth (Table 1).

The strategy «Kazakhstan 2050» indicates that one of the prime objectives for the development of transport and logistics services is to create industrial transport and logistics facilities outside Kazakhstan (Fig. 1).

Table 1 Logistics performance index in Kazakhstan

| Indicator | | 2007 | 2010 | 2012 | 2014 | 2016 | 2018 |
|--|--------------|------|------|------|------|------|------|
| <i>LPI</i> | | 133 | 62 | 86 | 88 | 77 | 71 |
| <i>Score</i> | | 2.12 | 2.83 | 2.69 | 2.70 | 2.75 | 2,81 |
| <i>% of the highest score</i> | | 46.1 | 60.2 | 54.2 | 54.4 | 54.3 | 56.5 |
| <i>Effectiveness of customs and border clearance</i> | <i>rank</i> | 139 | 79 | 73 | 121 | 86 | 65 |
| | <i>score</i> | 1.91 | 2.38 | 2.58 | 2.33 | 2.52 | 2.66 |
| <i>Quality of trade and transport infrastructure</i> | <i>rank</i> | 138 | 57 | 79 | 106 | 65 | 81 |
| | <i>score</i> | 1.86 | 2.66 | 2.60 | 2.38 | 2.76 | 2.55 |

| Indicator | | 2007 | 2010 | 2012 | 2014 | 2016 | 2018 |
|---|-------|------|------|------|------|------|------|
| Simplicity of the organization of international transport at competitive prices | rank | 129 | 29 | 92 | 100 | 82 | 84 |
| | score | 2.10 | 3.29 | 2.67 | 2.68 | 2.75 | 2.73 |
| Quality and competence of logistics services | rank | 126 | 73 | 74 | 83 | 92 | 90 |
| | score | 2.05 | 2.60 | 2.75 | 2.72 | 2.57 | 2.58 |
| Tracking and tracing of cargo | rank | 117 | 85 | 70 | 81 | 71 | 83 |
| | score | 2.19 | 2.70 | 2.83 | 2.83 | 2.86 | 2.78 |
| Domestic prices of logistics services | rank | 96 | - | - | - | - | - |
| | score | 2.81 | - | - | - | - | - |
| Timely delivery of goods | rank | 120 | 86 | 132 | 69 | 92 | 50 |
| | score | 2.65 | 3.25 | 2.73 | 3.24 | 3.06 | 3.53 |

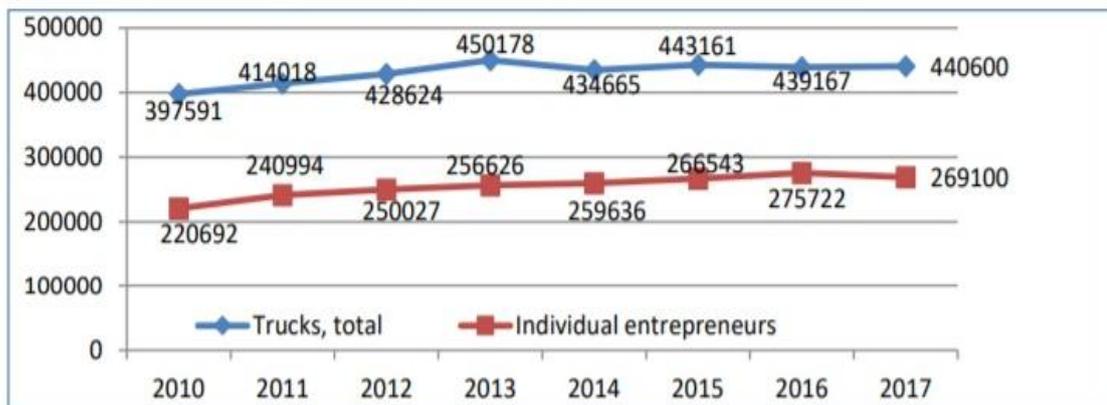


Fig 1. Growth in number of trucks in Kazakhstan

In recent years, road transport in Kazakhstan has taken over first place among modes of transport in terms of the carriage of goods and passengers. A more developed network of roads compared to the railway network has contributed to the development of road transport. The density of roads is 35 km per 1,000 km², which is more than 6 times the railways density. In addition, a shortage of railway wagons for the transport of goods has led to an increase in the competitiveness of road transport, contributing to its development (Fig.2).

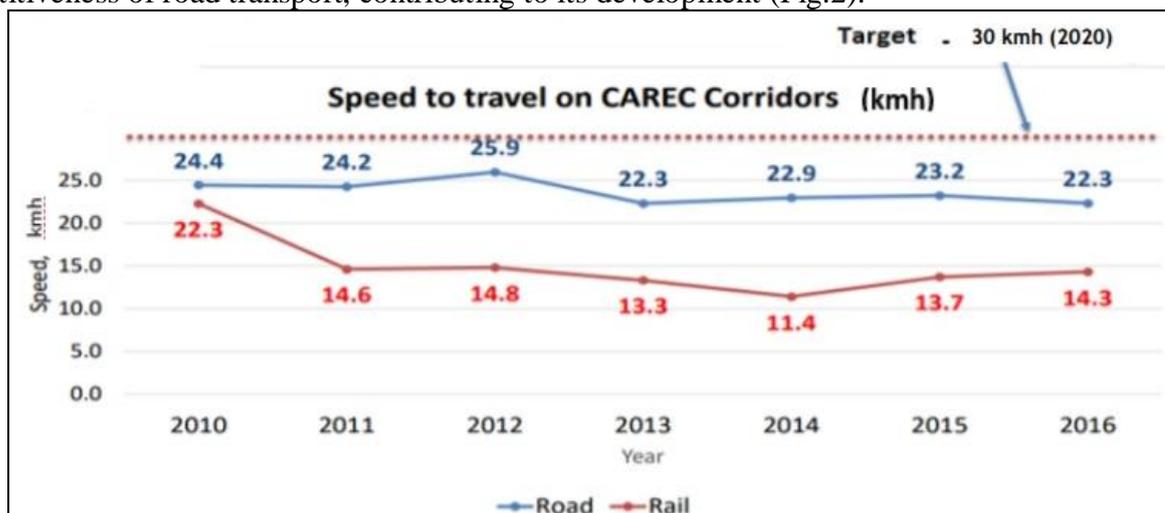


Fig. 2 Cargo transport speed along CAREC corridors

In 2016, JSC National company "Kazakhstan Temir Zholy" modernized 354 km of railway lines. On the rolling stock front, 25 new locomotives, 116 passenger wagons, and 4 convoys of suburban electric trains were purchased.

Renewal and modernization of the track surface could be advantages of this are: reduced repair costs and current maintenance of the track (by 25-30%), increases the service life of the

rails (by 15-20%) and the service life of the sleepers (by 5-6%). Improving the reliability of the track surface contributes to an increase in speed and reduces the need to repair wheels and bogies.

Limitations of the implementation of ICT in Smart transportation and logistics systems include:

1. Poor financial resources to create a wide network of transport and logistics centers and terminals, both in Kazakhstan and abroad;
2. Weak interest of private business in public-private partnerships in the field of logistics;
3. Low level of logistics services;
4. Insufficient number of own terminal networks outside Kazakhstan, which increases logistics costs for cargo processing;
5. Lack of a logistics management system;
6. Low level of automation in the field of logistics services;

Conclusion

For the future, Kazakhstan intends to improve its position to 40th under Logistics Performance Index (LPI). To accomplish this, the following measures will be pursued:

1. Introduction of a system for the simplified passage of goods across borders through effective organization and regulation of customs and technological procedures;
2. Further simplification of customs procedures;
3. Reduction of transport permits necessary for export-import operations;
4. Creation of attractive conditions for foreign companies that can provide high-level transport-forwarding services;
5. Creation of an effective system for goods tracking;
6. Expansion of the regular container trains network in the main directions of cargo flows;
7. Decrease in cost of transport and delivery time

References

1. SDU: Industrialization, innovation and infrastructure.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/>
2. International conventions: World Summit on the Information Society
https://en.wikipedia.org/wiki/World_Summit_on_the_Information_Society
3. International Telecommunication Union <http://www.itu.int/ru/Pages/default.aspx>
4. Future Trends on Smart and Sustainable Transport and Logistics
<http://move-escp.eu/wp-content/uploads/Technological-Intelligence-Study.pdf>
5. Kazakhstan-2050 http://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs
6. Governmental program "Digital Kazakhstan"
https://primeminister.kz/enpage/view/gosudarstvennaya_programma_digital_kazahstan
7. Digital Agenda in an Era of Globalization <http://kaztrk.kz>
8. Environmental Code of the Republic of Kazakhstan
http://adilet.zan.kz/rus/docs/K070000212_
9. Logistics and Transport Competitiveness in Kazakhstan
http://www.unece.org/fileadmin/DAM/trans/publications/Report_-_Kazakhstan_as_a_transport_logistics_centre_Europe-Asia.pdf
10. Smart transport ICT <https://www.sintef.no/en/smart-transport-ict/>
11. ICT for Transport and Logistics <https://www.sintef.no/en/ict-for-transport-and-logistics/>

Ә. Асылбек,
4 курс студенті ХАТУ,
ғылыми жетекшісі ф.ғ.к **А.А. Ниязгулова**

МАССМЕДИА ЖӘНЕ АДАМНЫҢ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖАҒДАЙЫ: ҚАУІПСІЗДІКТЕН ТАЗА ТАБИҒАТҚА ҚОЛ ЖЕТКІЗУ

Андатпа: Қазіргі экрандағы БАҚ-тың адам экологиясы жағдайындағы жеке және қоғамдық пікірге әсері туралы мәселе арнайы драмалық шығармаларды қабылдайды. Көрермен сыни тұрғыдан ойлауды қаншалықты қолдана алады және өз еркіне сәйкес ақпараттық әсер ету процесінде өз позициясын қалыптастыра алады? Экранның медианың қандай қасиеттері оянады және тәуелсіз шешімдерге кедергі келтіреді? Журналистердің функциялары қандай? Зерттеу нәтижесінде Гомеозкологиядағы медиа технологияларды манипуляциялау (ең қуатты экрандық технологиялар) тақырып-объект (хабар тарату) моделінде емес, тақырыптық-тақырыптық (диалогтық) коммуникациялық модельде медиа мәтіндерді қабылдауды талдау үшін оңтайлы болып саналады. Аудиовизуальды экран байланыстыруды жеделдетеді, дәлелді айқын көрінуімен алмастырады және сонымен бірге әртүрлі коммуникациялық процестерде, әртүрлі ақпарат құралдарында бірдей емес жаңа шындықты қалыптастырады. Экран кеңістігінің екі нұсқасы бар: кинематографиялық және теледидарлық. Кино экранындағы шындық - «сиқырлау» құралы, ол көрерменнің шындығынан нақтыланады, оны өзінің ерекше жағдайына аударады кеңістік. Теледидар экраны оның сыртында болып жатқан шындық процестерге қосылудың және оларды түрлендірудің табиғи қасиетіне ие. Тарату кезінде толқындардың физикалық параметрлері құрылғылар арқылы шешіледі, бірақ көрермен үшін бұл бейсаналық құбылыс: электромагниттік импульстар көздің тор қабатын бомбалауға мәжбүр. Телебайланыс оның кеңеюіне айналып, көрерменнің шындығына белсенді түрде бағытталған. Бірақ ақпарат өрісі мағынаның (кадрдың) онтологиялық баламасын және оны беру (сигнал) құралдарын қамтитын физикалыққа тең емес.

Кілт сөздер: адам экологиясы, гомеозкология, экрандық медиа, аудиовизуальды тіл

Теледидардың физикалық әсерінің эпистемологиялық сызықтығы моральдық кеңістік деңгейінде жеңіледі. Бұл жерде кері байланыс қалыптасады, ол ақпараттық әсер динамикасының көрсеткіші бола алады. Көбінесе белгілі бір шақырудың жауабының жеткіліксіздігі журналист пен аудитория арасындағы оқиғаны білу деңгейінің сәйкес келмеуімен, кейде деректерді өңдеудің ерекшелігі мен жылдамдығын анықтайтын олардың ойлау түрлеріндегі сәйкессіздікпен, сирек кездесетін мәдениеттің айырмашылығымен түсіндіріледі. Бірақ мұның бәрі сапалық жағынан ерекшеленбейтін, кері байланыстың мазмұнында, бағдарламаланбаған себептері.

Ақпараттық адам экологиясы және коммуникативті зерттеулер - бұл екі ғылыми және практикалық пәндер, олардың зерттеу саласы мен қорытындылары ғаламдық әлеуметтік проблемаларды қалыптастыру мен зерттеуде, сонымен қатар нақты кәсіби мәселелерді шешуде қиылысады. Мысалы, жақында болашақ медиа мамандары үшін міндетті университеттік курсқа айналған журналистика деонтологиясы адами құндылықтар жүйесін конструктивті түрде қарастырады және бұл өз кезегінде «Ақпараттық кеңістіктің экологиясы» курсының тақырыптарының бірі (эмоциялар экологиясы тұрғысынан) болып табылады. Тағы бір мысал: толеранттылықтың гуманитарлық және әлеуметтік тұжырымдамасында экологиялық толеранттық ұғым бар.

Ғаламдық ақпараттың өзгеруі дәуірінде ғылым сөзсіз жаңғырық гуманитарлық мағынасы, филология. Филологиялық негіз, С.С. Аверин-цева, «адамның негізгі міндеттерінің бірін орындауға көмектеседі - басқа адамды түсіну, оны» есептелетін «нәрсеге айналдырмай, немесе өзінің эмоцияларының көрінісіне айналдыруға көмектеседі» [1, с. 545]. Сонымен бірге гуманитарлық зерттеушілер жаратылыстану құралдарын (модельдеу, статистика)

көбірек қолданады.

Журналистер, саясаткерлер, педагогтар, экологтар және психологтар бірдей, бірақ әртүрлі мақсаттары бар, БАҚ қолданатын айла-шарғы жасау әдістеріне қызығушылық танытады, әсіресе аудиовизуалды, экрандағы, ең күшті. Қарым-қатынастың нәтижелеріне сәйкес, медиа мәтіндерді қабылдауды сыни тұрғыдан талдау (мағыналарды, қосалқы мәтіндерді түсіну және оқу) манипуляция әдістері) коммуникацияның субъективті-субъективті (демократиялық) моделінде кездеседі; рәсімделмеген сыни - объект-объект (аудару) моделінде. Экологиялық ғылымдар жүйесінде бірінші нұсқаны оңтайлы деп санауға болады. Осыған байланысты, экрандық коммуникация, ойын коммуникациясы феномені туралы пәнаралық зерттеулер, сонымен қатар экрандық медиа аудиториясының сыни ойлауын қалыптастыруға мүмкіндік беретін жұмыстар (медиа бразовациясы) [8], [12] ерекше өзекті болып табылады.

Кез-келген экран виртуалды шындықпен онтологиялық байланысты, бұл басқа кеңістікке кіру құралы. Сіз экранды статикалық (мысалы, кескіндеме) немесе динамикалық, қозғалмалы кескін (мысалы, кинофильм) бар кадрмен шектелген жазықтықтың бөлігі ретінде қарастыра аласыз. Бірінші жағдайда, экран кеңістіктегі кескінді көрсетеді немесе таратады, екіншісінде – кеңістік-уақытша (бақылаушы межелі уақытпен синхрондалған). Суреттің немесе фотосуреттің статикалық экранынан, кинофильм, теледидар экраны және компьютер экраны тек кеңістіктің ғана емес, сонымен қатар уақыттың параметрлерінен де айырмашылығы, экран – бұл кино мен теледидардың табиғи қасиеті, ал экранның шындығы дайын «тірі» нұсқаны алады. Алғашқы кинорежиссерлердің дереу сезімдері бүгінгі күні қарапайым емес көрінеді, бірақ олар көптеген жылдар бойы кинокартиналармен сиқырмен байланысты болған сол дәуірдің экрандық киносы шындығын нақты ашады. Экрандағы кинотеатр шындықты бақылаушыларды қуанышпен шабыттандырды, өйткені ол өзінің маңыздылығын түсінді: кинотеатр түсінікті, түсінікті, ерекше дайындық пен «түсінуді» қажет етпеді. Осыдан жарты ғасырдай уақыт өткен соң, киносыншы Г. Селдес былай деп жазды: «Кино дегеніміз – көркем әдебиеттің тарихтағы алғашқы түрі, оны баяндау әдісі көрерменнің барлық қажеттіліктерін алдын-ала қарастырады. Қандай да бір мағынада, бұл әңгіме көрермен үшін барлық жұмысты қазірдің өзінде жасайды және оған құдайдың құдіретін сезінуден толық қанағат алады» [4, р. 180]. XX ғасырда (цифрландыру және постмодернизация

Экрандағы кинотеатр шындықты бақылаушыларды қуанышпен шабыттандырды, өйткені ол өзінің маңыздылығын түсінді: кинотеатр түсінікті, түсінікті, ерекше дайындық пен «түсінуді» қажет етпеді. Осыдан жарты ғасырдай уақыт өткен соң, киносыншы Г. Селдес былай деп жазды: «Кино дегеніміз – көркем әдебиеттің тарихтағы алғашқы түрі, оны баяндау әдісі көрерменнің барлық қажеттіліктерін алдын-ала қарастырады. Қандай да бір мағынада, бұл әңгіме көрермен үшін барлық жұмысты қазірдің өзінде жасайды және оған құдайдың құдіретін сезінуден толық қанағат алады» [4, р. 180].

XX ғасырда (цифрландыру және постмодернизация кезеңіне дейін) кино ақиқаты «кино көзімен» қабылданған өмір ретінде түсіндірілді (Д. Вертов). Біз үшін бұл жағдайда фильмдердің көркем әдебиетке және деректіге бөлінуі маңызды емес, мәні басқа. Кинотеатрларда көрермендерге ұсынылатын экрандағы шындық (камераның алдында ұйымдастырылған немесе кадрларды редакциялау арқылы толығымен жасалған) «таңдану» құралы болып табылады, ол көрерменнің күнделікті өмірінен алынған, оны өзінің ерекше кеңістігіне тартады. Экран кеңістігінің екі нұсқасы бар: кинематографиялық және теледидарлық. Кинотеатрдан айырмашылығы, теледидар «суретті» тікелей көрерменге таратудың бар процесіне қосылудың табиғи қасиетіне ие.

Бейнежазба өнертабысының алдында теледидар оқиға туралы хабарлама тек оның аяқталу сәтінде (тікелей эффект) бере алады: әрекет және оның дисплейі бір уақытта, синхронды түрде пайда болды. Алғашында шектеулі болып көрінетін техникалық сипаттама жаңа экрандық медианың ерекшелігін ашатын және табиғи генерация ретінде

тез танылды. Жеделдіктің әсері телешоуды қабылдауға ерекше жағдай туғызады: бір уақытта қарау және көрсету бір уақытта болады (сәйкес

Эйзенштейн, кеңістіктің күрделілігі), бұл сәтте шындықты байқау үшін, кеңістікте және уақытта жүретін процесс үшін маңызды. Д.Вертовтың киноға арнап ашқан көптеген жаңалықтары (мысалы, «найзағай шежіресі» идеясы) деректі фильмдерге қарағанда теледидарлық тәжірибеге Кино, әдебиет, театр және басқа да байланыс құралдары өздерінің әлемдерін адресатқа ұсынады, олар ерекше көркемдік болмысқа енеді ме, жоқ па, бірақ мен арасындағы емес белгілі бір шекараны (экрандық кадр, сахна, кітап беті) түзету әлі де мүмкін емес. Әрине, экрандағы коммуникациялар мен интерактивтілік дәуірінде оқшаулануды жеңу, экрандағы эффектті бейтараптандыру тенденциялары бар, бірақ белгілі бір көркемдік нысандардың заңдарымен байланысты белгілі бір шектеулерге дейін. Теледидар үшін мұндай проблемалар жоқ көбірек сәйкес келетіні белгілі болды. Кино мен теледидар бірдей аудиовизуальды (дыбыстық-визуалды) тілде «сөйлейді», бірақ «диалектілер» ерекшеленеді. Теледидар экранында жасалған динамикалық шындық кинотеатрға қарағанда көрерменмен өзара әрекеттесудің әр түрлі сипатына ие. Айтылған синонимдік сападан басқа, түбегейлі маңызды жағдай теледидар өндірісін қабылдау сипатымен байланысты: көрермен өзінің ыңғайлы «үйінде» күнделікті кеңістікте, теледидар шындығының өзі оған келеді, мен оны бірге емес. Философ Валентин Михалковичтің «Кино мен теледидар немесе ұқсастықтары туралы» мақаласы симптоматикалық болып табылады [5]. Экрандық байланыс құралдарының (кино және теледидар) тұрақты шындықпен және көрерменмен байланыс механизмінде түбегейлі айырмашылық бар деген қорытындыға келді. В.Михалков бір кездері М. МакЛуханның «Жарық бригадасының заряды» деген сөзіне сілтеме жасай отырып: «Теледидардың пайда болуымен көрермен өзі экранға айналады. Ол жеңіл импульстармен бомбалануға, жеңіл бригаданың шабуылына ұшырайды ... Ал бұл бомбардум «сентиментальды-сублиминальды сақтықпен ескертетін жанның қабығын» құрайды [13]. Осылайша, көрермен, кинотеатрдан айырмашылығы, шын мәнінде, бифуркация жасамайды, экрандағы және экраннан тыс шындықты ажыратпайды, дегенмен, алғашқы жақындау кезінде керісінше көрінеді. М.М.Лухан көрермен қабылдаған теледидар бейнесін жарықтандырылмаған, бірақ жарықтандырылмаған сканерлеу сәулесінен туындайтын тұрақты контур ретінде сипаттайды. Бір қызығы, ол теледидар бейнесін тек діни әрекеттерде ғана қолдануға болатын белгішемен салыстырады: икон-жарнама-имидж-бренд (бұрмаланған қасиетті сурет сияқты) дәстүрлі рәсімдерді насихаттау элементі бола алады, бір бағытты жарнамалық коммуникациялар, мұнда Ю.Буденцевтің айтуынша, «жарнама адамды жарнамалық ұсынысқа (шабыттандыратын жарнама), рухани терроризмге, дұшпандық күшке, адамды қатаң түрде басқаратын болады» [3]. Бұқаралық ақпарат құралдарының маманы В. Березин дәстүрлі кинофильмді электронды экранмен салыстыра отырып, көрерменнің сенімсіздігі туралы былай деп жазды: «Электрондық медиа әдетте экранға қалқан ретінде көрсетілетін фильмнің бейнесін шығарды» [2, с. 18]. Михалков кинодағы және теледидардағы экрандағы кескінді беру техникасын салыстыра отырып, теледидарлық хабар таратумен айналысатын бейсаналық салаға тағы бір назар аударды. Электромагниттік тербелістер бұрын қалыптасқан шындықты санаға қол жетімді болатындай етіп өзгертеді. Телебағдарлама кезінде толқындардың физикалық параметрлері аспаптармен шешіледі, бірақ көрермендер үшін олар бейсаналық құбылыс ретінде белгісіз, теледидар бейнесі көздің тор қабатын бітеп тастайды. Егер кино ақиқаты егемен болса және көрермен оған өте жақсы енсе, онда экрандағы теледидарлық шындықтың өзі оның кеңеюіне айналып, реципиенттің күнделікті шындығына белсенді түрде бағытталған. Міне, сондықтан да теледидарлық кейіпкердің теледидардан көрерменге жүгінуі қалыпты жағдай, ал фильмде – ережеден сирек кездесетін ерекшелік. Осылайша, теледидар өзінің табиғи сипатына байланысты айла-шарғы жасаудың тамаша құралы бола алады және Жиынтық байланыс. Нейрофизиологтардың,

психологтардың және дәрігерлердің құзыретінде қалу, теледидар бейнелерінің негізгі әсерлері, олардың физиологиялық әлеуеті медиа байланыс мамандарының назарын дерлік аудармайды, теледидар мазмұнын қалыптастыратын және жетілдіретіндер ескермейді: белгілі бір теледидарлық бағдарламалардың аудиторияға жанама әсері ғана зерттеледі. Неміс медиа зерттеушісі Райнер Патслафтың пайымдауынша, егер адамның өзін көру қабілеті басқарса, ал теледидар көру көздің сканерлеу әрекетін тоқтатады (мұздатылған көріністің әсері), бұл сайып келгенде ерік-жігердің тоқырауына және тұлғаның деградациясына әкеледі [14]. Егер біз осы ойлардың дұрыстығын мойындайтын болсақ, онда теледидар адамның еріктік құрылымын объективті түрде бұзады және физикалық шындықты түсіну процесіне кедергі келтіреді. Бұл жағдайда теледидарлық сигналдың бірдей сипаты бұқаралық ақпарат құралдары сияқты теледидарды көрерменмен тең диалогқа ма? Елу жыл бұрын теледидардың мәдени теориясы кеңестік теледидардың теориясы мен практикасында қалыптаса бастады. Бұл теория имидждік теледидар тұжырымдамасына қарсы, өйткені нағыз ойын салт-жоралғылық пен актілік әрекетке қарсы. Онда, мәні бойынша, диалог, коммуникативтілік және процессуалдылық идеялары дамыды. Бұл тәсілді қолдайтындардың міндеті теледидар табиғатын тиісті оптимистік түсіндірумен мәдениетпен танысу болды: «мұздатылған көрініс» - бұл норма емес, тек теледидар бағдарламасына реакция. Көрнекі зейінді және экранмен әрекеттесуді қалайтын нысандарды іздеу керек. Сондықтан «пост-шындық» теориясы соншалықты танымал (пост-ақиқат Оксфорд сөздігінің сайтында [17] 2016 жылы ең өзекті сөз ретінде ұсынылған). Оны жүзеге асыратын журналистер заттардың мәніне қызығушылық танытпайды, олар оқиғаларды саналы түсіндіру арқылы түсінуге емес, эмоционалды хабарға саналы түрде қосылу арқылы қабылдау арқылы осылайша кез-келген бағытта қолдануға болатын біртұтас кері байланысты алуға тырысады. кез-келген мақсатқа жетудің құралы. Экран медиа технологиялары осындай кері байланысты жасау үшін өте қолайлы. Егер «әлеуметтік жауапкершілік теориясына» сәйкес қоғамдық пікірді мақсат ретінде қалыптастыру туралы журналистиканың классикалық тезисі сенімді және объективті ақпарат арқылы адамның мінез-құлқын біріктіретін шындықты іздеудің моральдық нұсқауына негізделсе қазір білімге басты назар мемлекетке беріледі. Өткен ғасырдың басында-ақ, Г. Харлоу [9] және М. Су-суловская [15] танымдық әрекетті рудиментарлық (бағдарлы рефлекс) және жоғары формада (зерттеу рефлексі) зерттеп, адамның басқа негізгі заттармен (мысалы, өзін-өзі сақтау) танымдық қажеттіліктері бар екендігін дәлелдеді.) Қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының бұл қажеттілікке немқұрайдылығы ең алдымен оларға қарсы бағытталған: кіру таным үшін емес, айла-шарғы жасау үшін [11] барған сайын жетілдірілген манипуляторды таңдауға және соның салдарынан бәріне деген сенімді жоғалтуға әкеледі. Қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының бұл қажеттілікке немқұрайдылығы ең алдымен оларға қарсы бағытталған: кіру таным үшін емес, айла-шарғы жасау үшін [11] барған сайын жетілдірілген манипуляторды таңдауға және соның салдарынан бәріне деген сенімді жоғалтуға әкеледі. Көңілден шығу - сүйкімділіктің сөзсіз аяқталуы. Ақпараттық экология адамның өзіне-өзі қатысты соғыс емес және ішкі тұтастықтың бұзылуын емес, нақты әлеммен суицидті бұзуды білдірмейді. Журналистердің халықаралық және ұлттық этикалық кодекстерінде шындықты құрметтеу және қоғамның шындыққа деген құқығы кәсіби парыздың бірінші қағидасы ретінде жарияланған [6]. Аудитория қай кеңістікте және қай уақытта болмасын, оның өміршеңдігі осы кеңістік-уақыт континуумын білу арқылы анықталады. Әйтпесе, өзін-өзі өлтіру туралы хабарлау өзін-өзі өлтіру туралы хабар таратумен байланысты болуы мүмкін. Дегенмен, экрандалық медианың ойын байланысын жүзеге асыру мүмкіндіктері ойын мен өмірді анықтай алмайды, өйткені қателік жіберуге құқығы бар, бірақ бұл сіз өмірдегі барлық нәрсені әрдайым қайталай аласыз дегенді білдірмейді. Экрандық технологияларды олардың әлеуетін қолдана отырып, адам экологиясы туралы айту мүмкін емес. Сиқырлау ерік-жігерді басады және аудиторияның бағдарлау және зерттеу

рефлекстерін басады, бұл эмоционалды көзқарастар арқылы кез-келген өнегесіз «кәсіпқойға» оларды белгілі бір позицияға «байлап», мінез-құлқын бағдарламалауға мүмкіндік береді. Сіз мұндай әрекеттерге этикалық журналистикамен ғана қарсы тұра аласыз, мұнда субъективті-субъективті қатынастардың моральдық деңгейі және кері байланыс сапасы маңызды. Бірақ бұқара мен түрлі элиталардың құндылықтарының полярлығы жағдайында, соңғысы, авторитарлық этиканың көмегімен моральдық доминанттарды өзгертуге тырысады («сіз қалай өмір сүруді білесіз» деген гуманистік ұстаным емес, бірақ «біз қалай өмір сүретімізді білеміз», деспотикалық «өмір сүруді білеміз», мысалы, өмір салтындағы басылымдарда). Жаңа басымдықтардың қаншалықты адамгершілікті екендігі мәселеде. Осыдан ширек ғасыр бұрын Стив Тесич Парсы шығанағы соғысы туралы The Nation журналындағы эссесінде «біз, еркін адамдар ретінде, ақиқаттан кейінгі әлемде өмір сүргіміз келетінін еркін шештік» деп аза тұтты. Шындық, бірақ шындықтан тыс. 12 жылдан кейін Шындықтан кейінгі дәуір: қазіргі әлемдегі алаяқтық пен алаяқтық» кітабында Ральф Кейс: «Пост-ақиқат дәуірінде бізде тек ақиқат пен жалғандық қана емес, сонымен бірге түсініксіз тұжырымдардың үшінші санаты бар, бірақ олар мүлдем негізделмеген, бірақ жоқ өтірікке сәйкес келеді. Мұны күшейтілген шындық деп атауға болады. Нео ақиқат. Жұмсақ шындық. Жалған шындық. Шындық жеңілдетіледі» [10]. Ақиқат пен адалдық эфемералды ұғымдар болатын әлемде қалай өмір сүруге болады?

Елу жыл бұрын теледидардың мәдени теориясы кеңестік теледидардың теориясы мен практикасында қалыптаса бастады. Бұл теория имидждік теледидар тұжырымдамасына қарсы, өйткені нағыз ойын салт-жоралғылық пен актілік әрекетке қарсы. Онда, мәні бойынша, диалог, коммуникативтілік және процессуалдылық идеялары дамыды. Бұл тәсілді қолдайтындардың міндеті теледидар табиғатын тиісті оптимистік түсіндірумен мәдениетпен танысу болды: «мұздатылған көрініс» - бұл норма емес, тек теледидар бағдарламасына реакция. Көрнекі зейінді және экранмен әрекеттесуді қалайтын нысандарды іздеу керек. Сондықтан «пост-шындық» теориясы соншалықты танымал (пост-ақиқат Оксфорд сөздігінің сайтында [17] 2016 жылы ең өзекті сөз ретінде ұсынылған). Оны жүзеге асыратын журналистер заттардың мәніне қызығушылық танытпайды, олар оқиғаларды саналы түсіндіру арқылы түсінуге емес, эмоционалды хабарға саналы түрде қосылу арқылы қабылдау арқылы осылайша кез-келген бағытта қолдануға болатын біртұтас кері байланысты алуға тырысады. кез-келген мақсатқа жетудің құралы. Экран медиа технологиялары осындай кері байланысты жасау үшін өте қолайлы. Егер «әлеуметтік жауапкершілік теориясына» сәйкес қоғамдық пікірді мақсат ретінде қалыптастыру туралы журналистиканың классикалық тезисі сенімді және объективті ақпарат арқылы адамның мінез-құлқын біріктіретін шындықты іздеудің моральдық нұсқауына негізделсе қазір білімге басты назар мемлекетке беріледі. Өткен ғасырдың басында-ақ, Г.Харлоу [9] және М.Су-суловская [15] танымдық әрекетті рудиментарлық (бағдарлы рефлекс) және жоғары формада (зерттеу рефлексі) зерттеп, адамның басқа негізгі заттармен (мысалы, өзін-өзі сақтау) танымдық қажеттіліктері бар екендігін дәлелдеді.) Қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының бұл қажеттілікке немқұрайдылығы ең алдымен оларға қарсы бағытталған: кіру таным үшін емес, айла-шарғы жасау үшін [11] барған сайын жетілдірілген манипуляторды таңдауға және соның салдарынан бәріне деген сенімді жоғалтуға әкеледі. Қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының бұл қажеттілікке немқұрайдылығы ең алдымен оларға қарсы бағытталған: кіру таным үшін емес, айла-шарғы жасау үшін [11] барған сайын жетілдірілген манипуляторды таңдауға және соның салдарынан бәріне деген сенімді жоғалтуға әкеледі. Көңілден шығу - сүйкімділіктің сөзсіз аяқталуы. Ақпараттық экология адамның өзіне-өзі қатысты соғыс емес және ішкі тұтастықтың бұзылуын емес, нақты әлеммен суицидті бұзуды білдірмейді. Журналистердің халықаралық және ұлттық этикалық кодекстерінде шындықты құрметтеу және қоғамның шындыққа деген құқығы кәсіби парыздың бірінші

қағидасы ретінде жарияланған [6]. Аудитория қай кеңістікте және қай уақытта болмасын, оның өміршеңдігі осы кеңістік-уақыт континуумын білу арқылы анықталады. Әйтпесе, өзін-өзі өлтіру туралы хабарлау өзін-өзі өлтіру туралы хабар таратумен байланысты болуы мүмкін. Дегенмен, экрандалық медианың ойын байланысын жүзеге асыру мүмкіндіктері ойын мен өмірді анықтай алмайды, өйткені қателік жіберуге құқығы бар, бірақ бұл сіз өмірдегі барлық нәрсені әрдайым қайталай аласыз дегенді білдірмейді. Экрандық технологияларды олардың әлеуетін қолдана отырып, адам экологиясы туралы айту мүмкін емес. Сиқырлау ерік-жігерді басады және аудиторияның бағдарлау және зерттеу рефлекстерін басады, бұл эмоционалды көзқарастар арқылы кез-келген өнегесіз «кәсіпқойға» оларды белгілі бір позицияға «байлап», мінез-құлқын бағдарламалауға мүмкіндік береді. Сіз мұндай әрекеттерге этикалық журналистикамен ғана қарсы тұра аласыз, мұнда субъективті-субъективті қатынастардың моральдық деңгейі және кері байланыс сапасы маңызды. Бірақ бұқара мен түрлі элиталардың құндылықтарының полярлығы жағдайында, соңғысы, авторитарлық этиканың көмегімен моральдық доминанттарды өзгертуге тырысады («сіз қалай өмір сүруді білесіз» деген гуманистік ұстаным емес, бірақ «біз қалай өмір сүретінімізді білеміз», деспотикалық «өмір сүруді білеміз», мысалы, өмір салтындағы басылымдарда). Жаңа басымдықтардың қаншалықты адамгершілікті екендігі мәселеде. Осыдан ширек ғасыр бұрын Стив Тесич Парсы шығанағы соғысы туралы *The Nation* журналындағы эссесінде «біз, еркін адамдар ретінде, ақиқаттан кейінгі әлемде өмір сүргіміз келетінін еркін шештік» деп аза тұтты. Шындық, бірақ шындықтан тыс. 12 жылдан кейін Шындықтан кейінгі дәуір: қазіргі әлемдегі алаяқтық пен алаяқтық» кітабында Ральф Кейс: «Пост-ақиқат дәуірінде бізде тек ақиқат пен жалғандық қана емес, сонымен бірге түсініксіз тұжырымдардың үшінші санаты бар, бірақ олар мүлдем негізделмеген, бірақ жоқ өтірікке сәйкес келеді. Мұны күшейтілген шындық деп атауға болады. Нео ақиқат. Жұмсақ шындық. Жалған шындық. Шындық жеңілдетіледі» [10]. Ақиқат пен адалдық эфемералды ұғымдар болатын әлемде қалай өмір сүруге болады?

Әдебиеттер тізімі:

1. Аверинцев С.С. Филология // Тілдік энциклопедиялық сөздік. М.: Совет энциклопедиясы, 1990.
2. Березин В.М., Волкова И.И., Грабельников В.М. Қазіргі ақпараттық қоғамдағы экран байланысы. М.: РУДН, 2008.
3. Буданцев Ю.П. Белгіше және жарнама // URL: http://budancev.ortox.ru/povesti_i_staty/view/id/1130153 (қол жеткізілген күні: 5.09.17).
4. Кино мәселелері. 15-шығарылым. М.: Өнер, 1974.
5. Михалкович В.И. Телевизия теориясы туралы эссе. М.: Мемлекет. Өнертану институты, 1996. 93-196 б.
6. Журналистердің кәсіби этикасының халықаралық стандарттары. SPb: Санкт-Петербург. күйі Университет, жоғары. мектеп журнал және масса. Байланыс, 2012.102
7. Муратов С.А. Телевизиялық журналистиканың моральдық қағидалары: Әдеп кодексінің тәжірибесі. М.: Адам құқығы. 1994 жыл.
8. Федоров А.В. Медиа-сауаттылық және медиа-білім. Таганрог: Кучма баспасы, 2004 ж.
9. Харлоу Х. Оқу негізіндегі мотивациялық күштер (оқыту теориясы мен клиникалық зерттеулер. Кентукки симпозиумы). Нью-Йорк, 1954 жыл.
10. Кейс Р. Пост-ақиқат дәуірі: Қазіргі өмірдегі жалғандық пен алдау. Ә. Martin's Press, 2004 ж.

M. Baitorbay, Zh. Kassenov, A. Kurmangaziyeva,
Students of 4th year at IITU
Supervisor G.A. Nurmukhanbetova associate professor of IITU

ICT AND ENVIRONMENT: MONITORING OF AIR, OCEAN POLLUTION, AND FOREST FIRE

Abstract: The article discusses the actual ecological problems of the modern world. Environmental pollution is the most urgent problem of our time, because anthropogenic activities affect all terrestrial spheres. According to some data, about 40% of people die from pollution of water resources, atmospheric air and soil cover in the world. This article explored for air, ocean pollution and forest fire problems; also contain information about international and national conventions and the role of ICT in monitoring and prevention natural disasters.

Keywords: Pollution of air and ocean, forest fire, ICT and monitoring, conventions.

Environmental pollution, forest fire is one of the most serious problems facing humanity and other life forms on our planet today. Any use of natural resources at a rate higher than nature's capacity to restore itself can result in pollution of air, water, and land. Relevance of the pollution problem: it affects to climate change and human health, loss of biodiversity. The aim is to, through knowledge, experience and research build capacities that will reduce disaster risks and contribute to better and more targeted public health based relief following disasters:

1. To increase the knowledge and understanding of the pollution, disaster phenomenon, its different contextual aspects, impacts and public health consequences.
2. To increase the knowledge and understanding of the International Strategy for Disaster Reduction (UN-ISDR) and to increase skills and abilities for implementing the Disaster Risk Reduction (DRR) Strategy.
3. To ensure skills and abilities to analyze potential effects of pollutants, disasters and of the strategies and methods to deliver public health response to avert these effects.

Global context. Pollution is undesirable change in the quality of our environment (land, water & air) that adversely affects human life, our property, trade & commerce, industries and the life of the desired species of plants and animals. Thus pollution is essentially due to the pollution is net result of a chain reaction: population explosion, industrialization, urbanization, transmigration from villages, over exploitation of the natural resources and the wasteful use

Air pollution is perceived as a modern-day curse: a by-product of increasing urbanization and industrialization. It does, however, have a long and evolving history with interesting transitions in line with economic, technological and political change. Air pollution can be defined as the emission of harmful substances to the atmosphere. This broad definition therefore encapsulates a number of pollutants, including: sulphur dioxide (SO₂), nitrogen oxides (NO_x), ozone (O₃), particulate matter (small suspended particles of varying sizes), carbon monoxide (CO) and volatile organic compounds (VOCs).

Ocean pollution. Ocean water covers more than 70 percent of the Earth, and only in recent decades have we begun to understand how humans impact this watery habitat is a combination of chemicals and trash, most of which comes from land sources and is washed or blown into the ocean. This pollution results in damage to the environment, to the health of all organisms, and to economic structures worldwide. Before 1972, humans around the world spewed trash, sewage sludge, and chemical, industrial, and radioactive wastes into the ocean with impunity. Millions of tons of heavy metals and chemical contaminants, along with thousands of containers of radioactive waste, were purposely thrown into the ocean.

Eight million metric tons of plastic is dumped into the oceans each year. That is about 17.6 billion pounds - or the equivalent of nearly 57,000 blue whales - every single year. By 2050, ocean plastic will outweigh all of the ocean's fish. Even nutrients can become harmful. When fertilizers flow into the ocean, the extra nutrients cause eutrophication - too much plankton

grows because of the abundance of nutrients. Sunlight cannot penetrate the water at a certain depth, hindering photosynthesis by the underwater plant.

Biomagnifications in the oceans, also known as bioamplification or biological magnification, is the increasing concentration of a substance, such as a toxic chemical, in the tissues of tolerant organisms at successively higher levels in a food chain.

Forest fires are caused by natural causes as well as human made causes. Natural causes - many forest fires start from natural causes such as lightning which set trees on fire. However, rain extinguishes such fires without causing much damage. High atmospheric temperatures and dryness (low humidity) offer favorable circumstances for a fire to start. Human made causes - fire is caused when a source of fire like naked flame, cigarette or bidi, electric spark or any source of ignition comes into contact with inflammable material.

National priority. Global Facility for Disaster Reduction and Recovery. Since 2008, GFDRR has supported activities in Kazakhstan to better plan for extreme weather events and to improve regional collaboration to mitigate disaster risks. Initial support began with a review of hydro-meteorological services in Central Asian countries, including Kazakhstan. In 2014 Kazakhstan's Committee of Emergency Situations. Committee of Emergency Situations became the central body for managing emergency preparedness, response, and recovery and for inter-ministerial coordination.

International experiences:

- Green call - the conference service that calculates the carbon emissions saved by meeting on the phone rather than travelling to meetings.
- A 'Smart Grid' is a set of software and hardware tools that enable generators to route power more efficiently, reducing the need for excess capacity and allowing two-way, real time information exchange with their customers for real time demand side management (DSM).
- Smart transportation management systems collect information about mobility patterns:
 - Enabling city managers to check the existing infrastructure is being
 - Improves the level of citizens' lifestyle in the transportation of goods, services and people.
 - In addition, ICT can help to reduce overall need for transportation and travel by offering virtual alternatives to physical movements.

Kazakhstan current state and prospects.

- App "Tazalyk" (IITU, Almaty). The feature of the application is a rating system that calculates how many kilograms of recyclables each user passed. At first glance, to develop such an eco-project is a thankless task, but the service is already yielding results, and every day there are more eco-heroes. Since December 7, 2017, the application has been downloaded more than 1000 times. In almost two months, Almaty residents delivered more than 16 tons of waste through the Tazalyk service. The key partner of the project is one of the largest Kazakhstani companies for the collection and sorting of waste paper "Kazakhstan Waste Recycling".
- Green Bridge" company was created in 2013 to promote international cooperation in the field of energy efficiency and saving, as well as reducing greenhouse gas emissions.
- The Green Financial System would provide further support for the investments in Kazakhstan's green economy. The request comes against a context of limited involvement of Kazakhstan's financial sector in the development of the green economy, despite the huge potential for growth in the green investments space.

In conclusion, much is being done to control, monitor and rectify damage done by pollutants. The problems are diverse and some are only being recognized but it is important to keep a close control over pollutants so that we can maintain the environment in an acceptable condition for future generations.

References

1. <https://www.gfdr.org/en/kazakhstan>
2. <http://www.fao.org/policy-support/mechanisms/mechanisms-details/en/c/448103/>
3. https://www.preventionweb.net/files/10481_DRRReviewKaz.pdf

4. <https://smartcityhub.com/security/smart-cities-natural-disaster/>
5. <https://solarimpulse.com/air-pollution-solutions>
6. https://greenliving.lovetoknow.com/Solutions_for_Ocean_Pollution
7. <https://ourworldindata.org/air-pollution>
8. <https://www.conserve-energy-future.com/causes-and-effects-of-ocean-pollution.php>
9. <http://www.intracen.org/itc/sectors/green-technologies/>
10. <http://greencall.org/>
11. <https://intouchhealth.com/telehealth-services/>
12. <http://greenfinance.kz/>

A.K. Otemaliyeva

Student of 1st course at IITU

Supervisor G.A. Nurmukhanbetova, associate professor of IITU

HOW EVERYTHING SEEKS FOR SUSTAINABILITY: CLIMATE CHANGE

Abstract: The article discusses the role of sustainability in addressing present climate change situation. It considered Amazonian and Siberian forest fires, melting of glaciers and Polar bear extinction are consequences of human contempt and ignorance of that principle. The criminal disregard is an industrial activity of human – the main factor which contributes to the accelerated temperature rise and made 2015 the warmest year of the Earth. Though, there is still a concept of sustainability which is meant to be used as a most effective mental tool to redress the balance.

Key words: Sustainable development goals, climate change, anthropogenic factor.

Many things, besides the studies, tell us to conquer and underline the concept of sustainability. The living and non-living things need to be maintained stable: human organism needs constant temperature of $36.6C^0$, the «normal» rain should not exceed the 5.6 pH range, and parents should not abuse a child to grow a psychologically healthy person. Thus, sustainability is a key concept of maintaining a qualitative «life» of all things. Based on data analysis, we can predict, in which way relationships between environment and individuals are developed and eradicate sources of limiting. A lot of organizations do such work systematically, for example, United Nations.

Sustainable development goals are a most common representation of UN works. It is an official set of standards countries should meet, declared in 2012. Goals include 17 vulnerable areas the world needs to strengthen until 2030. «Zero hunger», «No poverty», «Gender equality» and other priorities are put in one line with «Climate action». And this essay discusses why each of us should be interested in climate change prevention.

Climate action – are revitalized efforts for reducing a major contributor of the problem – greenhouse gases – and start a resilient industry to stop harming natural well-being. As known for today, most gases trapped in atmosphere, as CH₄, CO₂, N₂O - impede heat from diffusion, which affects humidity, temperature and other climate characteristics. If we do not try to stop this process, it could worth a lot.

At first, not combating climate change accelerators leads to just having no place where to fight against other global problems. Simply, there would be no biologically sustainable earth for thinking about gender equality. The main reason for it, is heat waves and extreme weather events. Latest views on this were Amazonian and Siberian fires, which occurred in a result of threshold effect – nature reached its tipping point and failed to temper itself – and severe droughts in 2013, which are supposedly might be the impacts of climate change. Referring to Wahington Post, Amazonian forests account for quarter of carbon emissions removal services, so losing them is not a priority. There is another point, that farmers clearing lands were main perpetrators of these huge fires, however, if it is so, deforestation problem still takes place and

billions of tones of carbon stored will be released back into the atmosphere if all trees in Amazon will burn.

Secondly, we, as people, destroy ecosystems and kill species. According to International Panel on Climate Change, a rise in temperature on 1.5 degree puts 20-30% species under a risk of extinction. This, consequently, will lead to food chains disruptions and further disappearance of thousands of types of flora and fauna. For example, Poland regions, which suffer from climate changing the most, have their Polar bears dying for 2 reasons: melting of glaciers and food chain «gaps». It happens, because decline in duration and extent of ice brings to lack of nutrient for algae, which is then become few in number. Thereafter, zooplankton stays incapable of feeding with algae and thrive, which then results in shortening of the number of arctic nodes – main food resource for polar bears. Some initiatives to save polar bears is an Arctic Allies program, which is aimed to call for small-businesses to reduce carbon footprints.

Thirdly, the major pollutants of the nature are released by industries, which care about profit. It means, there will not ever appear a decision to stop driving cars or limit the coal industry in Constitutions. Despite the moment, if new solar energy generating machine will be as much cost-effective and fruitful for production growth as combustion of fossils, that every company makes a new strategy towards eco-friendly production. The industrialization era has shown us most increasing trends of climate change, which affirms that industries keep limiting chances of ecosystems to recover day by day. Most common example is - fossil fuel, burnt for car driving and heating, powering businesses and housing. Nevertheless, such things, as: sewage water minimization and proper disposal of municipal wastes will, somehow, mitigate the impacts of global neglect. It is up to a personnel - to control own garbage, for instance, recycling it.

Summing everything up, sustainability is a «mental machine», able to economically beneficially reduce any pollution type. Nature itself represents a good-working system, having mechanisms for self-regeneration. Now our generation faced shocking moment and it needs to accumulate powers for abolition of climate change situation. Since, people are contributors of greenhouse gas emissions, causing climate change, then it is an obligation of each «Planet Citizen» to eliminate pollution sources, regulated by themselves. Humans are called to prioritize ecosystems interests over personal, because we are ought to save types. In addition, there must work international funds, which promote businesses and corporations to act in a most pragmatical way. Government should make a social rewards for ecologically safe businesses formation. Only adopting these changes, our world can overcome a conflict and come to a concept of a climate sustainability.

References

1. *United Nations Development Program. 2020. Goal 13: Climate Action. Retrieved from <https://www.sdfinance.undp.org/content/sdfinance/en/home/sdg/goal-13--climate-action.html>*
2. *United States Environmental Protection Agency. 2016. Climate Impacts on 3. Ecosystems. Retrieved from https://19january2017snapshot.epa.gov/climate-impacts/climate-impacts-ecosystems_.html*
4. *Word Wildlife Fund. The Effects of Climate Change https://19january2017snapshot.epa.gov/climate-impacts/climate-impacts-ecosystems_.html*
5. *Freedman A., (2019, August 22), Amazon fires could accelerate global warming and cause lasting harm to a cradle of biodiversity. The Washington Post. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/weather/2019/08/21/amazonian-rainforest-is-ablaze-turning-day-into-night-brazils-capital-city/>*
6. *CO-2 Earth. 2020. Global Warming Update. Retrieved from <https://www.co2.earth/global-warming-update>*
7. *Doyle A., (2019, September). The Heat is On: Taking Stock of Global Climate Ambition. Retrieved from [file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B0/Downloads/NDC_Outlook_Report_2019%20\(11\).pdf](file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B0/Downloads/NDC_Outlook_Report_2019%20(11).pdf)*
8. *United States Environmental Protection Agency. 2019. Inventory of U. S. Greenhouse Gas Emissions and Sinks: 1900 – 2017. Retrieved from <https://www.epa.gov/ghgemissions/inventory-us-greenhouse-gas-emissions-and-sinks-1990-2017>*

DIGITALIZATION AND ITS INFLUENCE ON SOCIETY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract: The digitalization of society is one of the most critical issues of our time. Today digital artefacts and online practices penetrate a major portion of our everyday organizational, social and economic activities but is it always good?

Keywords: digital economics, electronic commerce, financial technologies, information security

Digitalization is a global process, which every day more and more subjugates the planet and even the space beyond. This phenomenon is caused by the rapid development of information technology, microelectronics and communications in most countries of the world. Indeed, there are different definitions of this term. The main thing is to understand that the transition to new technologies is inevitable. And the speed and success of this perestroika depends on how quickly we understand the need to integrate modern technologies into our daily work.

In 2018, for the first time, the number of people using the Internet exceeded half the world's population. Today, the capabilities of digital networks and devices are much wider, and since the time of the World Summit on the Information Society, many new technologies and services have been developed, implemented and widely spread.

But it is worth remembering that the Internet is not everywhere. The government aims to provide broadband access to all households, as well as schools, medical facilities, and government bodies. Having studied international experience in detail, we understand that the key competitor for us is not the United States and Western Europe, but our Chinese partners. These are the ones we need to catch up and overtake today. [1]

Legal documents on development of digitalization of the Republic of Kazakhstan

In Kazakhstan numerous legislative and normative documents like the Laws “On Electronic Document and Digital Signature”, “On Informatization”, “On Information and Information Defense”, and government programs on decrease of information inequality; forced industrial and innovative development; information and communication technologies have been adopted.

Kazakhstan being one of the Asian countries has the very modest place in e – commerce development. The ecommerce market in Kazakhstan occupies about 0.45 per cent in a total market. By the end of 2012 growth of volumes of electronic commerce has been raising twice times; it is supposed that in 2013 1,8 per cent will fall to the share of e-commerce; in 2014 - 2.7 per cent; in 2015 the indicator will reach as four per cent and make 3.6 billion dollars [2].

Issues of our country joining the 30th international rating of digital competitiveness were discussed at the national meeting on digitalization and signed Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated December 12, 2017 No. 827

On the approval of the State Digital Kazakhstan Program, the exact objectives of the Program were identified:

1. Digitalization of industry and the electric power industry.
2. Digitalization of transport and logistics.
3. Digitalization of agriculture.
4. The development of electronic commerce.
5. Development of financial technologies and non-cash payments.
6. The state - to citizens.
7. The state - to business.
8. Digitalization of the internal activities of state bodies.
9. Smart cities.

10. Expansion of coverage of communication networks and ICT infrastructure.
11. Ensuring information security in the field of ICT.
12. Improving digital literacy in secondary, technical and vocational, higher education.
13. Improving digital literacy of the population (training, retraining).
14. Support for innovative development sites.
15. The development of technological entrepreneurship, startup culture and R&D.
16. Attraction of "venture" financing.
17. The formation of demand for innovation.

The Project planned to be realized during 2018-2020 [4].

At the same time, Kazakhstan does not start from scratch. In the 90s, the state program for accelerated industrial and innovative development was launched, the Bolashak international education program was initiated, and in 2005 the formation of an “electronic government” was launched.

Disadvantages of Digitalization and influence on citizens

Unfortunately, digitalization has several disadvantages. Firstly, thanks to the introduction of technology, many people will be left without work, for example, teachers, sales clerks, employees of banks and government institutions. Although experts agree that cars will not replace people in the coming years, in the future, only a person will be able to fulfill less and less responsibilities. People with a low level of education or literacy, rural residents, people with limited rights may be left aside.

Anxiety is caused by such a risk factor as getting people into digital slavery. It's not just about gadget addiction. When all information about a person will be stored in one place in electronic form, its theft can be simpler and potentially more dangerous. The same goes for commercial information of enterprises. By connecting to a network, cybercriminals can steal data using malware. To protect information, additional security measures will be required, which entails extra costs. The technical illiteracy of people is also a drawback. Not everyone is ready to learn new technologies to ensure their maximum efficiency. In general, this sphere is vulnerable to human negligence. Finally, the electronic form of data storage puts them at risk of loss due to technical equipment failures. Blockchain technologies, in which millions of investments have been pouring in over the past few years, are designed to cope with all these problems.

Cyber Threat Protection

State assistance in the development of the digital economy should consist of two parts. The first is the legislative framework adapted to new realities, including the correct methods of accounting for means of production and legal protection of companies implementing IIoT (industrial Internet of things) systems - in particular, against cyber threats. The second part is the creation of favorable conditions for companies that are moving towards digitalization of production. [1, Agumbayeva, A. et al., 2019.

Conclusion

It is widely recognized that digitalization has generated a new wave of innovation that will have profound implications for humanity by changing the relationship between citizens, government and business, and also lead to a transformation of the structure society and economics. The digital economy is incapable without digitalization of society, business and government at the same time, therefore its development consists in accelerating the processes of penetration of digital relations at all levels of interaction of its participants - from state to personal.

References:

1. Agumbayeva, A., & Abdirov, Y. (2019, May). The role of digitalization in the development of new industrialization of Kazakhstan. In 1st International Scientific Conference "Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth"(MTDE 2019). Atlantis Press.

2. Berdykulova, G. M. K., Sailov, A. I. U., Kaliashdarova, S. Y. K., & Berdykulov, E. B. U. (2014). The emerging digital economy: case of Kazakhstan. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 1287-1291.

3. Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity.

4. Kazakhstan, R., & Masimov, K. (2010). Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated July 19, 2011 No. 833 On approval of the Rules for state accounting of scientific, scientific and technical projects and programs financed from the state budget, and reports on them fulfillment.

**А.Рамазанова, А.Еркайрат, студенты 4 курса
специальности «Журналистика», МУИТ,
научн. рук. к.ф.н., проф. А.А. Ниязгулова
МЕСТО САТИРЫ СРЕДИ «ФАЛЬШИВЫХ НОВОСТЕЙ»;
ХАРАКТЕРИСТИКА И РАЗЛИЧИЯ**

Аннотация - Фальшивые новости стали серьезной социальной и технической проблемой для современного Интернет-пространства. Этот контент трудно идентифицировать, потому что термин «фальшивые новости» охватывает как намеренно ложные, вводящие в заблуждение истории, но зачастую также и фактические ошибки, сатиру, а в определенных случаях также информацию, с которой кто-то может попросту не согласиться. Решение данной проблемы требует четких определений и примеров. В этой работе рассматривается тематический контент-анализ статей, выявление основных тем, которые включают гиперболическую поддержку или осуждение субъекта, теории заговора и дискредитацию надежных источников.

Ключевые слова: фальшивые новости, сатирические вебсайты, информационная война, кликбейт

Не являясь техническим термином, «фальшивые новости» - это неологизм, вошедший в широкое потребление во второй половине 2010-х годов. Этот тип новостей, который можно найти как в традиционных изданиях, так и в социальных медиа, и на вебсайтах, специализирующихся в фальшивых новостях, не является основанным на реальных событиях, но презентован таким образом, что его можно принять за факт [1]. Выявление поддельных новостей является сложной задачей, потому что многие информационные элементы называются «фальшивыми новостями» и имеют некоторые общие характеристики. Таким образом, новостные издания сатирического характера представляют вымышленные истории под видом новостей, но их цель заключается не в обмане потребителя, а в привлечении внимания публики к тому или иному событию или тенденции, или высмеять или разоблачить поведение, которое является постыдным, коррумпированным или иным образом «негативным». В статьях реальных новостных изданий также могут содержаться фактические ошибки, но это не фальшивые новости, потому что они не являются намеренно обманчивыми. В то же время, этот термин также часто используется в некоторых кругах как атака на законные, фактически правильные истории, когда мнения людей и факты расходятся.

В современном Интернет-пространстве стандартный формат передачи новостных статей и телепрограмм является настолько хорошо знаком современным потребителю, что этот формат оказывается приемлемой целью для подделок и пародий, открывая путь как для изданий сатирического направления, так и для изданий, стремящихся ввести людей в заблуждение.

В то время как новости передаются журналистами аудитории, фальшивые новости частично формируются самой аудиторией, так как уровень их фальшивости во многом зависит от того, какую именно фальшь аудитория может принять за ложь. Без

законченного процесса обмана, фальшивые новости являются лишь вымыслом – лишь когда аудитория принимает фальшивые новости за реальные те достигают своей цели. Эта деталь очень важна в контексте социальных медиа, где информация может быть передана, а ее смысл – обусловлен. Социальный аспект социальных медиа добавляет еще один уровень в создании и передачи фальшивых новостей, так как вся суть фальшивых новостей заключается в том, с каким успехом они могут проникнуть в социальные сферы.

Статьи фальшивых новостей исходят из разных типов вебсайтов. Некоторые из них созданы специально ради печати и распространения вводящих в заблуждение статей; в пример можно привести denverguardian.com, чей единственный вклад в информационный поток Интернета была статья фальшивых новостей, показавшая кандидата в президенты США Хиллари Клинтон в негативном свете в 2016 году, за три дня до конца выборов. Другие сайты публикуют фальшивые новости в сочетании с соответствующими фактами статей, но при этом презентуя историю с предубеждениями. Многие сайты подобного характера, попавшие под внимание медиа в 2016 году, прекратили свою деятельность ненадолго после конца выборов.

Из всех мотивов предоставлять фальшивые новости, два встречаются чаще всего. Первый - денежный: новостные статьи, которые распространяются в социальных сетях, могут принести значительную прибыль через рекламу, когда пользователи переходят на оригинальный сайт. Для большинства производителей, чьи личности были раскрыты, это было главной мотивацией. Вторая мотивация - идеологическая. Таким образом, в вышеупомянутых выборах 2016 года, некоторые авторы фальшивых новостей стремились выдвинуть предпочитаемых ими кандидатов. Например, румын, который поддерживал сайт terminthefed.com, утверждает, что он создал сайт в основном для поддержки кампании Дональда Трампа. Другие провайдеры правых фальшивых новостей на самом утверждают, что идентифицируют себя как левых и начали свою работу для того, чтобы опозорить правых, показывая, что они будут доверчиво распространять ложные истории

Большую часть контента сатирического направления можно разделить на две категории: первая использует сатирический комментарий в ответ на реальные новостные события, в то время как вторая покрывает полностью вымышленные новостные истории, основываясь на современных культурных трендах.

Одной из характеристик сатирических новостных вебсайтов является их подход к информативности потребителя: в то время как предназначением мейнстримных новостных изданий является информирование публики о событиях, сатирические вебсайты исходят из того, что их читатель уже знаком с освещаемой ими темой и может понять сатирический подтекст вымышленного новостного события. В таких условиях наиболее распространенной тематикой среди онлайн-изданий сатирического характера являются политические события, освещаемые новостными порталами.

Сравнительная новизна термина «фальшивые новости» неоднократно оказывается эксплуатирована изданиями, публикующие фальшивые новости. Подобные вебсайты предоставляют в футере своих страниц дисклеймер, гласящий о сатирической натуре их издания, но их статьи не содержат сатирического контента. Эта пометка используется лишь для того, чтобы избежать обвинения в передаче фальшивой информации.

В то же время, публика и информированные медиа-издания зачастую продолжают принимать сатиру за «фальшивые новости». Так, газета *The Guardian* в своей статье «*The Guardian's Guide to Fake News*», посвященной вопросу фальшивых новостей, причисляют сатиру к фальшивым новостям, хоть и признают, что у материалов этого характера «есть повод быть фальшивыми». Более того, еще чаще сатирический материал оказывается принят за реальные новости.

Сатира и фальшивые новости продолжают развиваться вместе с развитием технологии и нового поколения пользователей, которые, в поисках более интересных источников новостей и информации, оказываются вовлечены в круги сатиры, в том числе

и политической – но из-за сугубо юмористического и развлекательного характера большинства изданий, программ и передач, многие медиа-личности не считают, что распространение сатиры также повышает интерес к реальной политике [2]. Статья Фланнери Дина указывает на предположение, что популярностью политической сатиры не пробудила народ из политической апатии, а наоборот, является ее симптомом.

Эта работа берет за основание определения фальшивых новостей определение Доном Фаллисом дезинформации: «дезинформация является вводящей в заблуждение информацией, чья функция – вводить в заблуждение» [3]. Но с появлением термина «фальшивых новостей», появились также и иные смыслы – изучив использование термина в Интернет-пространстве, исследователи Эдсон Тандок-младший, Женг Уэй Лим и Ричард Линг нашли шесть определений [4], включающие в себя: новостная сатира, новостная пародия, вымысел, подделка фото- и видеосвидетельств, реклама, замаскированная под статьи журналистов, и пропаганда. Исследователи идентифицировали две основные темы: намерение обмануть потребителя и претензия на «вид и формат настоящих новостей».

Иное исследование, проведенное Викторией Рубин, Надей Конрой и Йимин Ченом [5], разделяет фальшивые новости на три категории: серьезные вымыслы, вышедшие из-под контроля газетные утки, и выдумки с юмористическими целями. В своей работе они указывают на недостаток материала, с которым можно было бы работать в рамках исследования, но дают пояснения о том, как опознать различия между этими категориями и устанавливают девять правил, необходимых для создания базы данных для работы с «фальшивыми новостями»: «доступ к фактическим и вымышленным случаям», «доступ к цифровому формату», «возможность проверить факты», «одинаковый размер текста», «одинаковый стиль текста», «установленный временной отрезок», «манера подачи новостей», «язык и культура» и «прагматические вопросы».

Влияние фальшивых новостей на потребителей попало под исследования в процессе американских выборов. Согласно Ханту Эллкоутту и Мэттью Гентзко [1], изучившим, как статьи фальшивых новостей распространяются через социальные медиа, среднестатистический американский гражданин после ознакомления с фальшивыми новостями и фактами зачастую предпочитал поверить историям, которые выставляли его предпочитаемого кандидата в хорошем свете.

Похожее исследование было проведено Арне Роэтсом и Джонасом Де Кеерсмейкером [6]: здесь исследователи изучали, как долго субъекты могут верить собственным мнениям, основанным на фальшивых новостях. 400 участников эксперимента ответили на онлайн-опрос, как их точки зрения изменились после того, как им сообщили, что информация, которую они только что получили, была неверной. Они обнаружили, что личности с пониженной способностью к познанию изменили свою позицию, но не до такой же степени, что личности с повышенной способностью к познанию. Обладающие повышенной способностью к познанию, узнав, что они получили неверную информацию, изменяют свою позицию с той же скоростью и эффективностью, что и те, что никогда не получали неверную информацию в первую очередь. Исследование предполагает, что для людей с пониженной способностью к познанию, предубеждения, созданные фальшивыми новостями, хоть и оказываются ослабленными реальными фактами, не исчезают.

Исследовательский Центр Пью провел опрос 1002 граждан США, чтобы узнать их отношение к фальшивым новостям, их социальному влиянию, и личностное восприятие веры фальшивым новостям [7]. Большинство опрошенных считают, что фальшивые новости – это создание путаницы вокруг базовых фактов. Большинство опрошенных уверены в том, что они могут опознать фальшивые новости, увидев их, и могут определить, когда что-то является полной выдумкой, а когда лишь частичной. Исследование показало, что чем больше субъекты оказывались подвержены потреблению фальшивых новостей, тем больше они им верили. Двадцать три процента опрошенных

признали, что они распространяют фальшивые новости, а четырнадцать процентов признали, что они делают это намеренно.

Были предприняты попытки остановить распространение фальшивых новостей через социальные медиа. В ходе своего исследования Йиангос Папанастасо [8] пришел к выводу, что автоматизированные агенты в своих попытках распространять лишь проверенные новости могут ухудшить ситуацию, придавая прошедшим проверку фальшивым новостям достоверность.

В Казахстане фальшивые новости являются серьезной проблемой, но в большинстве своем они распространяются не через специализированные сайты, а через социальные медиа, и преимущественно ассоциируются с рассылками в WhatsApp. На сегодняшний день законодательство Казахстана регулирует эту проблему. В Уголовном кодексе есть две статьи: статья 130 «О клевете» и статья 274 «О распространении заведомо ложной информации». Обе статьи касаются фальшивой информации, только первая касается тех случаев, когда порочат честь и достоинство человека, а вторая – когда создается опасность нарушения общественного порядка. Первая статья предусматривает наказание в виде штрафа от 2 тыс. МРП или лишение свободы до двух лет. В случае клеветы с обвинением лица в совершении тяжких и особо тяжких преступлений предусмотрено наказание в виде штрафа от 3 тыс. МРП или от трех лет лишения свободы [9].

Список литературы

1. Hunt Allcott and Matthew Gentzkow. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*
<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>

2. Flannery Dean. *How Satire Failed* <http://archive.macleans.ca/article/2016/11/28/how-satire-failed>

3. Don Fallis. *A Functional Analysis of Disinformation*
https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/47258/278_ready.pdf?sequence=2

4. Edson Tandoc, Zheng Lim, Rich Ling. *Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions*

https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions

5. Victoria Rubin, Yimin Chen, Nadia Conroy. *Deception Detection for News: Three Types of Fakes*

https://www.researchgate.net/publication/281818851_Deception_Detection_for_News_Three_Types_of_Fakes

6. Jonas De keersmaecker and Arne Roets. *‘Fake news’: incorrect, but hard to correct : the role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions*

<https://biblio.ugent.be/publication/8541505>

7. Michael Barthel, Amy Mitchell and Jesse Holcomb. *Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion*

<https://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>

8. Yiangos Papanastasiou. *Fake News Propagation and Detection: A Sequential Model*
http://www.yiangos-papanastasiou.com/fake_news_2018.pdf

9. Уголовный кодекс Республики Казахстан
https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31575252&doc_id2=31575252

РОЛЬ ИНФОРМАТИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы реализации программы «Цифровой Казахстан» в сфере образования, в частности, возможности получения качественного образования в небольших населенных пунктах. Особое внимание уделяется проблеме смешанного обучения.

Ключевые слова: цифровизация, интернет, образование, учебный процесс, смешанное обучение.

Все развитые страны мира рассматривают образование как приоритетную сферу в своей инвестиционной политике, так как качественное образование становится одним из главных факторов развития не только государства, но и отдельно взятой личности. Республика Казахстан, определившая для себя рыночный путь развития экономики и выход на международную арену, так же придаёт огромное значение системе образования.

Так, в сентябре 2017 года, в ходе республиканского совещания по вопросам цифровизации с участием Первого Президента РК Н. Назарбаева, была презентована Программа «Цифровой Казахстан». Программа расписана на пять лет, с 2017 по 2022 гг. Зачем она нужна? Благодаря цифровизации, в маленьких аулах появятся новые компьютеры и другие мультимедийные оборудования с доступом в интернет, появится новая технология смешанного обучения (blended-learning). Это всё что значительно облегчит работу не только учебным заведениям, но и медпунктам и другим социальным объектам.

Если программу реализуют полностью, она всем даст равный доступ к образовательным ресурсам. А создание электронных учебников и образовательных сайтов, в частности, позволит получать качественное образование детям, которые по тем или иным причинам не могут посещать школы. [1]

К примеру, уже внедрили принцип **paper-free** (дословно «безбумажный» - англ.), к нему относятся журналы и дневники из системы «Күнделік», с помощью которого учителя, родители и учащиеся смотрят расписание уроков, домашние задания и следят за успеваемостью. Для высшего образования, планируется внедрение НОБД (Национальная образовательная база данных), что поможет отслеживать прогресс учащихся и получить подробную информацию об учебном процессе. Цифровизация так же включает в себя онлайн-очередь в детские сады, школы, колледжи и высшие учебные заведения. С 2018 года работает электронная очередь в детские сады по сайту balabaqsha.open-almaty.kz, и в школы bilim.almaty.kz.

Смешанное обучение (blended-learning) – это новый метод получения образования. Он предполагает сочетание в себе традиционного обучения «лицом к лицу» и элементов дистанционных технологий – онлайн уроков. Такой подход дает возможность контролировать время, место, темп и путь изучения материала. При этом следует обратить внимание на то, что обучение признаётся смешанным, если в нем от 30 до 79% учебного времени проводится онлайн. Среди его особенностей можно выделить следующие аспекты: индивидуализация обучения, экономия времени на уроке, вариативность образовательных траекторий, асинхронность обучения, новые возможности для взаимодействия, укорачивание цепочки между учеником и содержанием образования [2].

Составными элементами смешанного обучения являются обучение в классе, дистанционное обучение и обучение через Интернет. Именно возможности информационно-коммуникационных технологий способствовали активному развитию смешанного обучения, которое оказалось более эффективным, чем обучение, полностью

происходящее в режиме онлайн. Это доказано научными исследованиями. В частности, специалистами Стэнфордского университета, которые по заказу федерального департамента по образованию США провели анализ более тысячи эмпирических исследований, в которых сравнивалось традиционное, онлайн и смешанное обучение [3].

Применение данной методики позволяет преподавателю/ученику достигнуть следующих целей:

- Расширить образовательные возможности учащегося за счет увеличения доступа к образованию, учета индивидуальных образовательных потребностей, темпа и ритма освоения информации;
- Стимулировать формирование активной позиции учащегося: повышение мотивации и самостоятельности;
- Частично трансформировать стиль педагога: от традиционного контакта к виртуальному;

Безусловно, у нововведения есть и свои недостатки: неравномерная ИТ-грамотность, зависимость от техники, та же самая низкая скорость интернета. Надеемся, над этим будут проводиться отдельные работы.

Стоит подчеркнуть, что сейчас Казахстан занимает 50-е место в мире по цифровому развитию, при этом базовая цифровая грамотность составляет 77%. Чтобы поднять этот показатель, необходимо уже сегодня принять участие в развитии технологий и повышение интернет-грамотности. Только совместными усилиями мы сможем сформировать образованное общество.

Список литературы:

1. Интернет ресурс: <https://informburo.kz/stati/cifrovizaciya-obrazovaniya-gotovy-li-shkoly-i-deti-k-obucheniyu-po-elektronnym-uchebnikam-.html>
2. Интернет ресурс: <https://mob-edu.ru/blog/articles/smeshannoe-obuchenie-6-modelej-dlya-primeneniya-v-sovremennoj-shkole/>
3. Интернет ресурс: <https://www.bfm.ru/news/364385>

А. Шайдозимова, Студентка 4 курса
специальности «журналистика» МУИТ
Научн. рук. к.ф.н., проф. **А.А.Ниязгулова**

ЖУРНАЛИСТИКА КАЗАХСТАНА В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ НОВОСТНОГО ОНЛАЙН-ПОРТАЛА HOLA NEWS

***Аннотация:** Цель данной статьи - анализ взаимодействия СМИ и социальной сети Instagram. Статья основана на фактах и сравнительных анализах работы сайта и Instagram страницы портала Hola News. Такого рода анализ интересен прежде всего с точки зрения поиска наиболее эффективной модели распространения новостей в социальных сетях с обеспечением повышения эффективности обратной связи аудитории со СМИ.*

***Ключевые слова:** новости; социальные сети; СМИ; модели распространения новостей.*

Социальные сети сегодня - феномен, ставший неотъемлемой частью жизни людей, этот факт не позволяет исследователям выпустить его из поля зрения. Вопросами социальных сетей занимаются не только специалисты сферы ИТ, интерес к феномену получил широкое распространение в социальных и гуманитарных науках. Для того, чтобы осознать масштабы популярности социальных сетей, рассмотрим статистику. В самой популярной сети нашей страны "ВКонтакте" зарегистрировано 2 млн активных пользователей. В Instagram 1,5 млн. Самая популярная в мире сеть "Facebook" в Казахстане имеет 2,5 млн зарегистрированных пользователей, их них активных пользователей только 390 тыс. [1] Такой стремительный рост популярности социальных сетей и интернета дают все основания для развития коммуникации и СМИ. Ведь каждому

сейчас предоставляется возможность выбирать время и формат получения информации. Поэтому социальные сети и СМИ интегрируются и создают общие площадки передачи информации. Переходя к анализу способов взаимодействия СМИ и социальных сетей, определимся с границами понятия социальная сеть, его признаками и функционалом. Сам термин социальная сеть была внедрен социологом Джоном Барнсом в 1954 году. В дальнейшем термин получил широкое распространение в гуманитарных науках в связи с развитием технологий и наступлением эпохи WEB 2.0, стал использоваться применительно к сайтам специфической структуры сети Интернет.

Следует отметить деятельность Срии Сриинавазана (Sree Sreenivasan), работающего в Колумбийской школе журнализма (Нью-Йорк). Одним из первых он начал чтение специального курса «Как социальные сети могут помочь действующему журналисту», выступил с рядом статей о месте социальных сетей в современной общественной жизни. Согласно остроумному выражению Sig Gissler (администратор Пулитцеровской Премии), все журналисты разделились теперь на traditional и tradigital. Основные идеи 'tradigital' журналистики формулируются по-разному, но основой становится свободное владение новыми технологиями. Мысль о том, что современный журналист должен быть на «ты» с основными девайсами, программами и платформами, можно считать общим местом рассуждений о том, каково должно быть образование журналиста будущего. Срии Сриинавазан выделяет восемь главных черт журналиста будущего: бизнес-смекалку (журналист сам продюсер своего творчества); навыки программиста (и свободное владение HTML, CSS, PHP, JavaScript, ActionScript3 и Python) с целью создания специальных площадок для презентации своих работ; свободное экспериментаторство (и отсутствие страха перед новыми инструментами и технологиями); быть специалистом по мультимедиа (лучше всего, по мнению автора, открыть свой видеоблог); ориентация на социальную журналистику (и претензия на то, чтобы быть «властителем дум» - «лидером мнений»); четко ориентироваться в социальных сетях и быть там «своим» человеком; иметь множество навыков, в том числе и хорошо разбираться в своем SEO-потенциале и понимать его значимость; четкое следование базовым принципам журнализма (этика, достоверность, объективность и др.). Обобщая сказанное, Срии цитирует Браун-Смита: журналистика будущего - это альянс основных журналистских принципов и новых технологий. [2]

Журналистика будет актуальна всегда. Но у журналиста задачи будут несколько иначе. Он в будущем будет выполнять роль не просто распространителя определенной информации, как происходит это сейчас, а больше как просветителя и аналитика. Существуют современные онлайн-платформы, пишущие о важных аспектах жизни. Они расширяют сознание посредством полезных статей. Например: «The Village Kazakhstan», «The Steppe», где пишут о правах граждан, тенденциях, малоизвестных фактах и психологии. Именно они дают читателю развернутые ответы на большинство вопросов, затрагивая темы табу. Но и они используют социальные сети как средство продвижения. Такая тенденция наблюдается во всех СМИ. Телевизионные программы все чаще появляются в актуальных/интересных инстаграма, набирая тысячные просмотры. Однако чтобы увидеть полную картину, человек должен перейти на сайт и посмотреть ее в первоисточнике.

Отметим, что в последнее время на базе социальных сетей появились проекты, позиционирующие себя как СМИ, но в то же время существующие только в рамках социальной сети, использующие ее как основную и единственную площадку функционирования, даже образовавшиеся непосредственно на базе социальной сети. Такие проекты могут более и менее трансформированы под влиянием социальной сети.

В качестве примера подобных проектов можно привести «Hola News». Это новый молодежный проект, созданный Айсауле Бакытбек. Сейчас она является бренд-амбассадором и активно привлекает своих подписчиков присоединиться в ряды читателей

онлайн-платформы. Над созданием контента трудятся молодые специалисты под руководством Гульнары Бажкеновой. Буквально на днях издание признали как одного из самых лучших интернет-порталов страны на премии «Адал тұлға – 2019» награду вручил глава антикоррупционной службы Алик Шпекбаев. Сайт функционирует самостоятельно и позиционирует себя как независимое онлайн-издание. Одна из главных особенностей «HOLA news» - это визуальный компонент юмористически анимированных фотографии и видеоматериалов с текстом. С помощью фото и видеоредакторов создатели придают визуальному контенту больше привлекательности. Важно отметить, что свою деятельность издание начало в социальной сети – Instagram в 2018 году, где качество визуального контента играет немаловажную роль в продвижении страницы.

Сейчас в Instagram-странице портала более 166 тыс. подписчиков. Аудитория: женщины-55,9%, 44.1% -мужчины. Уникальные пользователи – 1244273. Просмотры страниц- более 15 миллионов. Количество скачиваний мобильных приложений – 50К. Вещает в городах – Алматы - 30%, Астана – 10%, Шымкент – 7%, Другие города – 53%. [3]. На сегодняшний момент у издания есть официальный сайт, но показатели посещаемости там намного ниже по сравнению с посещаемостью социальных сетей. Две страницы функционируют параллельно, имея общую часть аудитории. Но переход во многом идет с Instagrama на сайт. То есть продвижение материалов идет через ссылки в Instagram. Пользователь видит ссылки в Instagram-stories и по клику переходит на сайт, чтобы получить полную информацию. Несмотря на активные попытки вовлечения аудитории на сайт, мы наблюдаем хорошую статистику активности только в Instagrame. Информацию про работу сайта можно увидеть в следующем анализе, проведенном newreporter.

Тематическая рубрика на сайте интернет-издания обновляется нерегулярно — в феврале 2019 года пополнилась всего одним материалом, а в октябре 2018 года здесь опубликовали сразу 12 текстов. Большинство публикаций по размеру не превосходят объема привычной новостной заметки, а некоторые ею и являются. Раздел удивительным образом совмещает в себе разные форматы журналистских материалов. Во-первых, здесь можно найти привычный читателям «вопрос-ответ»: так авторы HOLA News рассказывают, например, о хадже, едином совокупном платеже и канцелярии Нурсултана Назарбаева. Во-вторых, в этой рубрике редакция снабжает читателей подробными инструкциями на случай тех или иных событий (любопытный пример для студентов тут). При этом в одних случаях журналисты HOLA News самостоятельно составляют подробные визуальные «шпаргалки», в других — ограничиваются перепостом готовой инфографики (к примеру, редакция заимствовала её у российской газеты «АиФ» и у столичного управления образования). Кроме этого, на странице встречаются и не совсем традиционные для объяснительного формата жанры. Объясняя, почему взлетел доллар, редакция публикует классическую аналитическую статью на базе комментариев трёх отраслевых экспертов. Рассказывая о пользе indoor-рекламы, автор предлагает читателям интервью с директором компании, которая этой рекламой и занимается. О том, как развивается нефтяное месторождение Тенгиз, читателям издания в авторской колонке рассказывает журналист Олег Червинский. Здесь же находим и фактчек одного из выступлений бывшего министра внутренних дел Калмуханбета Касымова. [4]

Сейчас очень много Instagram-пабликов, которые именуют себя как СМИ. Они (@kaz.media; @kazakh_inform; @almaty_news; @qumash.kz) также популярны среди читателей и также активно освещают ситуацию в стране. Сейчас действительно информация первым делом появляется в социальных сетях, но авторы подобных пабликов публикуют новости во многом из-за стремления к просмотрам. Они не углубляется в суть вопроса и не разбираются в проблемах, а просто передают информацию. И не всегда должным образом. Как раз в этот момент подключаются журналисты, они освещают сразу две стороны, проводят тщательный анализ и только

потом передают дополненную и полную информацию. Именно поэтому уровень лояльности аудитории к пабликам меньше по сравнению с Hola news и The steppe. Главная причина – над контентом ранее описываемых двух изданий трудятся профессиональные журналисты, которые придерживаются редакционной политики и которые в целом знакомы с факт-чекингом. В информационном потоке очень много неактуальной и лишней информации, поэтому нужен единый достоверный источник. Поэтому читатель путается и в конечном итоге прибегает к прояснению новости к проверенным медиа – им можно доверять.

Подобные тенденции, но в более развитой форме, отмечаются в зарубежной практике. В январе 2017 года Facebook запустил собственный журналистский проект, главной целью которого была объявлена борьба с фейковыми новостями, в огромном количестве распространявшимися через социальную сеть во время выборов президента США. Известно, что новое издание Facebook будет состоять из трёх направлений: сотрудничество с крупными СМИ и совместная разработка новых продуктов, обучение журналистов новым технологиям и инструментам на собственных тренингах, а также помощь своим пользователям в отборе качественной и достоверной информации.

Таким образом, мы приходим к выводу о том, что взаимодействие СМИ и социальных сетей сегодня сводится не только к выходу СМИ на площадки социальных сетей. Социальные сети также берут на себя некоторые функции СМИ и реализуют подобную деятельность не только в варианте гражданской журналистики. В настоящее время существует явная тенденция: СМИ используют социальные сети как площадки для личного и редакционного присутствия, распространения и сбора информации. СМИ существуют в социальных сетях как на дополнительной или основной площадке, и даже создаются на базе социальных сетей, правда, последнее касается пока только зарубежной практики. Также СМИ перенимают некоторые признаки и механизмы социальной сети для повышения продуктивности взаимодействия с аудиторией и ее привлечения. Ясно, что роль социальных сетей в практике СМИ в настоящее время возрастает, а число механизмов взаимодействия увеличивается. Социальная сеть, по сути, внедряется в систему СМИ и становится еще одним полноправным ее компонентом.

Список литературы:

1. zakon.kz%2F4948958-skolko-kazahstantsev-sidit-v-sotsialnyh.html
2. Взаимодействие сми и социальных сетей – Яшина Александра
3. holanews.kz
4. <https://newreporter.org/2019/04/24/obyasnyajem-i-razbiraemsysya-kak-kazaxstanskije-onlajn-smi-govoryat-o-slozhnom/>

М.Касимова, студентка 2 курса, «Международные отношения»,
Научный руководитель: **Г.А. Андиржанова**,
доктор политических наук, профессор, Академик Международной
Академии образования и науки, Университет Нархоз

МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация: данная статья посвящена проблемам внедрения цифровизации в жизни современных людей и модернизации, а также политические и экономические процессы, берущие истоки от цифровизации.

Ключевые слова: модернизация, информатизация, социальные сети, рост, экономика, политика, развитие, проблемы, «цифровое» общество.

Информационные технологии быстро ворвались в жизнь людей и довольно крепко в них закрепились. На сегодняшний день можно выделить несколько этапов

информатизации, которые начинаются с изобретения письменности и заканчиваются сегодняшним днем.

С нашей точки зрения существуют некоторые дефиниции по используемым терминам и речевым оборотам:

1. **Модернизация**—целостное обновление общества. На наш взгляд, в контексте данной работы подразумевается конкретно обновление сознания общества в условиях внедрения цифровых технологий.

2. **Mediascope**—крупный исследовательский центр. Минус данных Mediascope—в отчетах учтены данные только пользователей 12-64 лет, проживающих в городах с населением не менее 100 тысяч человек. Зато Mediascope позволяет сравнить разные площадки по одинаковой методологии.

3. **Brand Analytics** — платформа анализирует активность пользователей в социальных сетях, причем сообщением в исследованиях называется любой открытый пост или комментарий. Вовлеченность — сумма комментариев, лайков и репостов. Автор — пользователь, оставивший хотя бы одно сообщение за месяц [1]

4. **Информационная технология (ИТ)** - процесс, использующий совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных (первичной информации) для получения информации нового качества о состоянии объекта, процесса или явления [2]

На сегодняшний день информатизация плотно вошла в наши жизни. В качестве самого яркого и качественного примера можно привести социальные сети.

Согласно статистическим данным Mediascope в одной только России 96,3 млн человек ежемесячно в целом пользуются интернетом, из которых 29,5 млн человек используют исключительно мобильные устройства.



Тот же Mediascope рассчитал среднее время пребывания в сети пользователей в возрасте от 12 лет до 64 (смотрите Рисунок 1).

Тот же источник представляет ТОП-10 социальных сетей (смотрите Рисунок 2). Несмотря на то, что данные предоставлены российскими источниками, примерно те же результаты можно ожидать на территории



Казахстана.

К чему вся данная информация? На сегодняшний день почти 50% действия совершаются в системе онлайн: покупки авиа- и железнодорожных билетов, покупки продуктов, вещей,

предметов мебели, работает повсеместная система доставки и проч. Продаются услуги, курсы, тренинги, книги и так далее. Перечислять можно бесконечно.

Таким образом меняется и общественное сознание. Человеческий разум адаптируется под систему онлайн выбора, когда мы уже не можем физически ощутить тот или иной приобретаемый предмет, не можем попробовать его на вкус, всем приходится

соотносить не только цену и качество, но и степень риска. Всем нам известны случаи, когда потребитель заказывал одну вещь, а ему приходила совершенно другая: другие размеры, другие параметры, качество, материал изготовления.

Кроме того, большую роль играет и широта выбора в онлайн системе: он огромен, учитывая различные категории: производитель, цена, качество, система бонусов, условия доставки и т.д.

Если смотреть более глобально, а не только в рамках России и СНГ в целом, то речь уже пойдет о миллиардах пользователей (смотрите Рисунок 3).

Также, в рамках указанной темы, можно привести и проанализировать данные, предоставленные спикерами на конференции «Транснациональное бизнеса-право» от Школы Права и Государственного Управления университета Нархоз.



Так, например, Уильям Харрисон Кортни, американский посол в Казахстане, сообщил, что по Индексу Всемирного банка по легкости ведения бизнеса Казахстан занимает 28 место в списке из 190 стран, что довольно неплохой результат. По мнению автора статьи, данным положением РК обязана развитию информатизации и ее

повсеместному внедрению среди всех слоев населения. На данный момент даже часть бизнеса и сфера государственных услуг перешли в онлайн, что также сказывается на модернизации общественного сознания: не нужно больше стоять в очередях, когда можно заранее забронировать талон, когда можно получить справку на почту и просто распечатать ее, когда можно составить какой-либо акт (или любой другой документ) онлайн и также отправить его на почту государственному служащему, должностному лицу или другому человеку в целом.

Согласно докладу Инны Алхимовой, партнера Департамента налогового и юридического консультирования в РК и Центральной Азии в компании KPMG, у бизнеса и государства на почве цифровизации возникают проблемы.

Так, к примеру, согласно ее докладу, к 2033 году 90% населения Земли будет пользоваться цифровым контентом, то есть это 7,5 млрд. человек.

И одной из главнейших проблем в области цифровизации стала проблема угрозы вытеснения искусственным интеллектом многих профессий, как важных (экономических: аудиторов, учетчиков, бухгалтеров, так и более простых из сферы услуг: официанты, повара, уборщики и т.д.)

Также большой проблемой стоит проблема налогообложения в области цифровизированных компаний, то есть тех компаний, у которых нет офисов, они существуют без какой-либо государственной регистрации и их действия осуществляются как акты гражданского оборота. На данный момент отсутствует квалифицированный состав налоговых агентов и самого вида налога, закрепленных законодательно, что на сегодняшний день позволяет владельцам подобной статьи «бизнеса» заниматься торговлей без налогообложения со стороны государства, получая тем самым сразу же чистую прибыль на руки. В таких странах, как Россия, Беларусь, США, Канада, Мексика, Австралия, в странах Западной Европы существует некий аналог НДС в СНГ, но законодательно он прописан как косвенный налог за совершение предпринимательской деятельности онлайн.

Кроме того, к функциям информационного бизнеса на сегодняшний день относят:

- управление финансами и ведение учета;
- управление кадрами;
- материально–техническое снабжение;
- организация производства;
- маркетинговые исследования;
- лизинговые операции;
- консультационное обслуживание;
- страхование имущества и информации;
- организация службы информационной безопасности;
- сервисное обслуживание [3].

Это говорит нам о том, что цифровизация настолько плотно уже вошла в наши жизни, что, можно сказать, модернизация человеческого сознания уже прошла, точнее ее основной этап: человек уже не смыслит своей жизни без техники.

Следует обратить внимание, что информатизации и общественной модернизации способствует само государства: принимаются различные законы и подзаконные акты. Например,

1. Закон Республики Казахстан от 10 июня 1996 года № 6-І «Об авторском праве и смежных правах» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 20.06.2018 г.).
2. Закон Республики Казахстан от 23 июля 1999 года № 451-І «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.04.2019 г.) [4]

Так же, опираясь на мнение ученых, можно утверждать, что нынешние поколения - это поколения «цифровых детей», рождающихся в эпоху огромнейшего «цифрового разрыва» между миропониманием отцов и детей [5]

Анализ показывает, что основная причина данной проблемы в том, что ребенок не успевает родиться, а уже родители дают телефон/ноутбук/планшет с мультфильмами и странными программами.

В заключение данной статьи, автор хочет отметить, что модернизация человеческого сознания в условиях цифровизации имеет как положительные, так и отрицательные моменты. Как бы то ни было, государству нужно усиливать контроль за данной сферой развития человеческого сознания и постепенно решать все вышеуказанные проблемы, так как их накопление может привести к проблемам в экономике, политике, правовой сфере деятельности государства, то есть в самых наиболее важных отраслях работы государства.

Таким образом, на наш взгляд, цифровизация значительно все упрощает, автоматизируя абсолютно все рабочие процессы, однако все это требует законодательного закрепления, так как по иному пути пойти нельзя, так как отсутствует должный контроль за такой простой, но в то же время сложной системой для восприятия человеческого разума.

Список литературы:

1. *Философия: Энциклопедический словарь. М.: Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. - М., 2004.*
2. *Аудитория социальных сетей в России. - М., 2019. <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii>*
3. *Справочник: Информационный потенциал общества. http://phys.bspu.by/static/lib/inf/posob/stu_m/glaves/glava1/gl_1_1.htm*
4. *Информационная система «Параграф». https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1013966*
5. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология.: А.Г.Чернышов. Цифровизация и технологизация общественной жизни как социально-политическая проблема: сохранение идентичности и роль государства в условиях развития глобальных сетей. - М., 2017.*

А. Байбосынова, Студентка 3 курса
специальности «Цифровая журналистика».
Научный руководитель: **С. В. Ашенова**, кафедра МиИК, МУИТ

ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА В КОНТЕКСТЕ КОНВЕРГЕНТНОСТИ

Аннотация. Рассматривается вопрос места современного журналиста в условиях конвергентности и соответствия предъявляемых к творчеству журналиста требований в контексте происходящих изменений на информационном рынке.

Ключевые слова: творческая деятельность, конвергенция, интернет, коммуникации, медиатеатральность, цифровизация

Творческая деятельность журналиста трансформируется под натиском электронных СМИ и «цифровой революции». Под этим термином подразумевается интенсивное развитие электронно-вычислительной техники, быстро конвергировавшей со средствами связи, усложнение экономических и социальных структур. В результате, «СМИ интегрируются в кровеносную систему современного общества, а именно в телекоммуникационные сети. Интернет, цифровое телевидение, мобильная телефония – все каналы становятся пригодны для «транспортировки» содержания», будь то газетная статья или видеофильм.

Веб усовершенствовал инфраструктуру коммуникаций по сравнению с эрой массмедиа XX в. «Поколение Wikipedia» может оценить достоверность источников, отследить источники новостей, исследовать их, в одиночку или в содружестве с другими пользователями. Журналистов, которые с пренебрежением относятся к этим навыкам, такие пользователи не воспринимают всерьез. Интернет обеспечивает коммуникации непосредственно с получателями информации – читателями, слушателями и зрителями, и использует их знания. Востребованы не те журналисты, кто это знает, а те, кто общается и исследует.

Таким образом, к важным критериям нелинейного характера развития медиа на современном этапе следует отнести:

- высокую скорость производства и потребления информации;
- сотворчество потребителей (читателей – слушателей – зрителей);
- техническую возможность реализации поиска информации каждым участником коммуникационного процесса;
- атомизацию сообществ;
- потребность таких атомизированных сообществ в разносторонней информации в режиме online;
- исчезновение монополии профессиональных журналистов на добывание, обработку и распространение информации.

В этой сложно структурированной и самоорганизующейся системе действуют уже иные законы предъявления смысла и репрезентации ценностей. Новая реальность заставила исследователей говорить о том, что сетевые технологии бросили вызов журналистике. Традиционно журналисты собирали информацию и передавали ее потребителям, по своему усмотрению выбирая способ подачи, а главное – время передачи. Квалифицированные журналисты были основным звеном в системе циркуляции информации. Но с массовой компьютеризацией и интернетизацией пользователи получили возможность прямого доступа к огромным массивам данных. По выражению Э. Тофлера, «развитие информационной технологии незаметно и быстро демонополизировало информацию без единого выстрела». Из центра многократно возросшего информационного потока журналисты переместились на периферию коммуникационных интересов потребителей. Сложившаяся ситуация грозит

профессиональному журналисту утратой индивидуальности, потерей статуса субъекта массмедиа.

Г. Нюгрэн, профессор Седерторнского университетского колледжа, в частности, отмечает, что под влиянием технологий культура профессии становится более открытой и динамичной, что приводит к тому, что границы между журналистами и другими участниками процесса обмена информацией становятся более размытыми. «Вопрос в том, приводят ли эти изменения к депрофессионализации и эрозии журналистики как профессии с определенными нормами и ценностями?» – пишет Нюгрэн.

Мы предлагаем под термином «профессионализм журналиста» понимать комплекс принципов, навыков, знаний, позволяющих систематически, регулярно и эффективно осуществлять профессиональную медиадеятельность в условиях нелинейности происходящих процессов. Сложившаяся ситуация вынуждает журналистов искать адекватные ответы новой реальности. Сложность для перехода журналистики в качественно новое состояние состоит в том, что на изменения приходится реагировать гораздо быстрее, чем прежде. «Становится привычной парадоксальная, казалось бы, ситуация: чем больше информации, чем быстрее она передается, тем меньше порядка в информационном мире. Особенно нагляден этот процесс в мире интернета. Информация создается все быстрее и быстрее, а жизненный цикл ее оказывается короче, чем время, за которое она может быть переработана посетителем сайта».

Ускорение времени осмыслено польским социологом З. Бауманом, который предложил считать «текучесть» главной метафорой нынешней эпохи. Текучесть – свойство жидкостей и газов, но Бауман применяет определение к нынешней стадии современной эпохи. «Жидкости не сохраняют форму в течение долгого времени и постоянно склонны изменять ее, поэтому течение времени для них важнее, чем пространство, которое они занимают: в конце концов, они заполняют это пространство лишь «на мгновение», – пишет З. Бауман

Американский исследователь М. Дейзе применил метафору текучести по отношению к журналистике и назвал современный этап развития СМИ «текучей журналистикой». «Ключевые характеристики нынешней социальной тенденции: неопределенность, изменение, непредсказуемость. Это то, что определяет текущее и будущее состояние дел в том, как люди делают и используют журналистику во всем мире», – пишет Дейзе. По мнению исследователя, чтобы занять одно из ключевых мест в текущей современности, журналистика должна развиваться и также быть текучей, т.е. иметь способность ориентироваться в различных и иногда противоречивых ожиданиях современного мира. Это вынуждает журналистов искать адекватные ответы новой реальности в виде апробации инструментов воздействия на динамичную систему журналистского творчества в цифровую эпоху.

Во второй половине первого десятилетия XXI в. таким инструментом стали конвергентные редакции. Конвергенция – это ответ на новые вызовы, а конвергентная редакция и есть пример «текучей журналистики».

Трансформация функций и методов деятельности журналиста: вызовы информационной эпохи

Эпоха цифровых технологий ставит задачу выявления новых аспектов функционирования журналистики, вписанной в коммуникативные реалии. Традиционные газетные редакции начали использовать новые медиаплатформы для распространения своего контента: от радио и интернета до мобильных телефонов, планшетов и инфоэкранов. То есть конвергенция в данном контексте представляется как процесс, в основе которого лежит принцип однократного производства контента и многократного его тиражирования на разных платформах. Суть самой концепции объединенной конвергентной редакции лежит в интеграции всех возможных на сегодня форматов медиапродукта: онлайн, печатного, вещательного, мобильного. Теперь эти площадки

взаимодействуют по принципу трансмедийного повествования, обмениваясь информацией, анонсами, ссылками на материалы СМИ, участвующих в процессе создания общего информационного продукта.

Такой подход позволяет готовить более полноценный продукт, сочетающий аналитичность газет, наглядность видео, оперативность и интерактивность интернета.

Для производства трансмедийного продукта потребовалось изменить сами редакционные процессы, в которых задействован журналист. Алгоритм создания и распространения информации перестал быть линейным, когда операции выполнялись более или менее последовательно. На смену пришли нелинейные редакционные процессы. Потребность в упорядочивающем элементе привела к стремлению оптимизировать процесс работы журналиста, чтобы в потоке неопределенности сконцентрироваться на приоритетных направлениях и сохранить качество при сжимающемся времени.

Теоретики выделяют несколько видов редакционных процессов в конвергентном формате:

1. Взаимодействие отделов. Журналисты по-прежнему приписаны к отделам и изданиям, но теперь сотрудничают с другими площадками. В этом случае усиливается взаимодействие между отделами или продуктами. Например, в «Аргументах и фактах» отдел бизнеса поставляет большое количество текстов, написанных специально для сайта – для раздела «Деньги». Некоторые материалы, изначально написанные интернет-отделом, попадают в печатную версию.

Данная технология, известная на протяжении длительных предыдущих периодов развития медиа, сегодня меняет свои сущностные параметры. Если раньше, когда, например, собкор ТАСС за рубежом писал для газет или редакция районки предоставляла контент для местного радиоузла, в качестве аудитории для такого журналиста выступала преимущественно некая абстрактная редакция или радиоузел, то сегодня журналист имеет задачу выстраивать на всех информационных площадках коммуникацию с интерактивным потребителем. Взаимодействие отделов происходит под контролем потребителя.

2. Газетная модель. В основе мультимедийного контента по-прежнему лежит бумажная версия газеты, для журналистов она является базовым продуктом, так как пока лишь она предполагает максимально возможное использование ресурсов профессиональной журналистики (таких как аналитичность, доказательность, возможность приобщения к ценностям...). Но информация из газеты при публикации на интернет-площадке расширяется средствами радио, видео, интерактивной инфографики. Контент, как правило, производится силами одного и того же журналиста с учетом формата площадки. Например, журналист ИД «Коммерсантъ» Олег Кашин готовит для одноименной ежедневной газеты репортаж про крушение теплохода «Булгария», параллельно передает сообщение на радио «Коммерсантъ-FM», после чего готовит развернутый аналитический материал для еженедельника «Коммерсантъ-Власть».

Преимущества данного подхода используют ИД «Комсомольская правда», региональный холдинг «Алтапресс» и другие издательские дома, обладающие развитой продуктовой линейкой и, соответственно, несколькими разноформатными информационными площадками.

3. Интернет-модель. Первичной площадкой становится сайт, материалы которого потом используются печатной версией. О подобном подходе объявила газета «Известия», которая с августа 2011 г. выходит в новом формате. Новизна в том, что изначально журналисты готовят публикации для интернета, а из материалов, опубликованных в Сети, впоследствии формируется бумажный номер газеты.

Схожим образом работают бумажные издания в издательском доме «Ньюс Медиа», который теперь и управляет газетой «Известия». В «Ньюс Медиа» есть ядро из сайта lifenews.ru, который является «мультимедийной фабрикой новостей», а бумажные издания холдинга (газеты «Жизнь» и «Твой день») пользуются работой этой фабрики. В

деятельности ИД «Алта- пресс» роль интернет-площадки как основы деятельности конвергентной редакции постоянно возрастает. Профессор Высшей школы экономики И. Кирия делает классификацию современных редакционных процессов, в основе которого – теория производственной цепочки. Он выделяет три этапа трансформации организационной структуры СМИ от традиционной к конвергентной.

На первой стадии мультимедиаизации меняется, прежде всего, процесс производства информации. В ее рамках действует концепция «универсального журналиста», т.е. репортера, который не участвует в «упаковке» информации, а занимается лишь ее производством, но при этом владеет разными формами работы с материалом. При такой модели экономятся ресурсы, но возрастает нагрузка на тематические отделы, которые вынуждены заниматься обработкой полученного от корреспондентов информационного сырья. Второй этап предполагает другую роль тематических отделов – они больше не закреплены за отдельными СМИ, а становятся универсальными и готовят материалы для разных платформ. То есть основная трансформация происходит на уровне «упаковки» информации. Наконец, третья фаза делает процесс «упаковки» контента мультимедийным. Здесь «упаковкой» занимается централизованный ньюсрум. Соответственно, информационное планирование также осуществляется централизованно. Ускорение потоков информации приводит к увеличению роли технологий в работе редакции и журналиста. «Оперативность вынуждает использовать более жесткий тайминг и более жесткую организацию труда. Для этого современные редакции уделяют внимание техническому менеджменту, т.е. управлению распределением технических средств и ресурсов. Устанавливаются специальные технологические компьютерные платформы, позволяющие отслеживать движение информации по разным платформам, управлять созданием редакционного контента, распределять обязанности».

Инновационные методы работы журналиста

Работу журналиста теперь во многом регламентируют технические решения: от простого календаря Google до сложных CRM-систем. Интересен пример французской газеты Le Parisien, которая распространяется не только через сайт, но и с помощью приложений для iPhone и iPad. Для координации процесса в издании используется автоматическая система координации контента. Принципиальная схема процесса выглядит следующим образом: сначала готовятся тексты для веб-сайтов, а все дальнейшие рабочие процессы идентичны, и контент (текст, видео, слайды, метаданные) поступает в различные приложения за счет автоматического преобразования.

«Я знаю, что на каждой конкретной полосе будет столько-то статей. Что-то такая-то статья относится к такой-то странице, что она включает столько-то фотографий, что к ней прикрепляется видео и т.п., и все это обрабатывается автоматически ночью, и 90% материала система доставляет сама. И мы планируем дальше расширять автоматизацию, поскольку специальный штат для наполнения таких приложений слишком дорого стоит», – комментирует Д. Кро, замдиректора по новым медиа Le Parisien.

Это пример того, как технология не вытесняет живых журналистов, а позволяет автоматизировать часть рутинных процессов, которые необходимо выполнять журналисту. В общем виде это можно назвать «технологизацией» работы корреспондентов: в ней становится меньше творчества и больше технических функций. «Работа с контентом меняется – большинство журналистов все больше перерабатывают контент и меньше занимаются непосредственно репортерской работой», – отмечает Г. Нюгрен.

Конечно, техническую сторону издания и вещания по-прежнему обеспечивают специалисты. Но все остальное делают журналисты мультимедийной редакции: это может быть верстка полос, запись видеорепортажей, простейший видеомонтаж и т.д.

В изданиях вместо журналистов все чаще требуются представители новых

гибридных специальностей. Помимо привычных контент-менеджеров, это могут быть продюсеры видеоматериалов для инфоэкранов, продюсеры интернет-проектов, проектные менеджеры, инфодизайнеры и т.д. «Сложный симбиоз профессиональных навыков, умения ориентироваться в нуждах современного потребителя и стремление к творческому самовыражению, когда стирается грань между потреблением и медиапроизводством, – это все характеристики новой социальной, экономической и информационной среды». Есть опасения, что в таких условиях работа журналиста становится более автоматизированной и стандартизированной. Действительно, когда во главу ставится вопрос соответствия формату, технические средства – камера и микрофон – становятся самыми объективными источниками информации, а авторская уникальность может отойти на второй план.

Но технология не всегда сужает поле для творческой работы журналиста. В условиях технологического детерминизма журналист должен не становиться рабом форматов, а учиться использовать новые платформы и инструменты. Профессия усложняется, совершенствуется и требует все больше навыков. Есть и сугубо негативные эффекты. Из определения профессионализма уходит этическая составляющая. Это отражается на профессиональной деятельности журналиста, который перестает осознавать свою социально значимую роль в профессии, ориентируется на человека как на безликого, бездушного потребителя информации.

Исследователь И. Карпенко выдвигает гипотезу о том, что возможность в любой момент времени публиковать, дополнять и изменять тексты отменяет существовавшие ранее профессиональные стандарты, которые также являются важным компонентом профессионализма. «С одной стороны, это создает у журналистов иллюзорный эффект вседозволенности и возможности поправить недочеты, а порой и крупные фактические ошибки, с другой – вызывает необходимость прилагать дополнительные усилия, чтобы добиться целостности информации, т.е. единства ее происхождения, авторства и смыслового контекста в условиях, когда технические средства искажения, манипулирования и преобразования формы информации обладают невиданной ранее эффективностью».

По мнению ряда исследователей, вышеописанное ускорение производственных процессов в медийных организациях также может угрожать профессии. Так, В. Фатымина утверждает, что «в условиях перманентного дефицита времени журналист оказывается перед необходимостью постоянной ускоренной обработки больших массивов входящей информации, что чревато снижением качества ее отбора, анализа, оценки и обработки, а в конечном итоге – создает угрозу качественным характеристикам конечного информационного продукта».

К сожалению, пока все еще не существует четкого понимания того, что должен уметь современный журналист конвергентного издания. Однако ключевая функция журналиста – формирование повестки дня и интерпретация происходящих событий – остается неизменной. К константам профессии также можно отнести морально-этические принципы журналиста, профессиональное мастерство, стремление к совершенствованию. Меняются скорее формы работы с информацией и каналы ее доставки читателю, а вслед за ними и ключевые компетенции. Исследователь А. Амзин выделяет следующие атрибуты современного журналиста: он должен быть грамотным, уметь искать факты в Сети, писать большие объемы в кратчайшие сроки, знать, как минимум один иностранный язык, иметь навыки работы с графическими редакторами. К сожалению, эта точка зрения оставляет без внимания важные принципы, которыми руководствуются профессиональные журналисты при реализации перечисленных выше технологических навыков. Как пишет З. Бауман, «сегодня приносит прибыль именно ошеломляющая скорость обращения, рециркуляции, старения, демпинга и замены, а не прочность и длительная надежность изделия». Следовательно, чтобы преодолеть кризис, журналистам необходимо как можно быстрее адаптироваться к текущим изменениям. Отсюда для

традиционных СМИ вытекает необходимость создания новых концепций и стратегий.

Список литературы:

1. Вартанова Е.Л. Журналистика в информационном обществе: новые проблемы и новые вызовы. М: Институт развития информационного общества, 2005. С. 36–48.
2. Алексеева А. Манифест Интернета. «Частный корреспондент» (http://www.chaskor.ru/article/manifest_interneta_10414).
3. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2008. 560 с.
4. Nygren G. Is there a de-professionalization of journalism? / Paper for the conference Nordic Media in Theory and Practice, UCL. London, 2008. P. 1–2.
5. Мансурова В.Д. «Медийный» человек российской провинции: динамика социального взаимодействия. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2011.
6. Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
7. Deuze M. Liquid Journalism. Political Communication Report 16 (http://www.unr.edu/organizations/pcr/1601_2005_winter/roundtable_Deuze.htm)

Е. Зангар, Студент первого курса
бакалавриатуры университета ПТУ

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ

Аннотация: В данной статье анализируется влияние цифровизации на общественное сознание, а также приводятся различные статистики динамики цифровизации как глобального тренда. Рассмотрены наиболее значимые достижения Казахстана в сфере инновационных технологий, выявлены некоторые причины, замедляющие ход цифровизации, а также предложены корректировки в системе образования для устранения нехватки высококвалифицированных кадров, являющихся двигателем прогресса, а именно цифровизации Казахстана и его вхождения в 30-ку самых развитых стран мира.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, экосистема, высококвалифицированные кадры, трансформация в системе образования, общественное сознание.

Масштаб распространения информационных технологий. «Гонка цифровизации» - глобальный тренд!

«Кто владеет информацией, тот владеет миром», - фраза, произнесенная немецким банкиром Натаном Ротшильдом еще в 18 веке, ставшая впоследствии крылатой, является актуальной и злободневной в наши дни. Время неумолимо бежит вперед: сменяются фазы исторического и экономического развития, научно-технический прогресс с каждым днем все более интенсивно внедряется в жизнь людей, тем самым оказывая значительное влияние на общественное сознание. Информационные технологии настолько прочно вошли в нашу жизнь, что день современного человека невозможно представить без каких бы то ни было гаджетов, возможности пользования электронными платежными системами, интернет-магазинами и другими различными электронными сервисами услуг. Статистика показывает, что, начиная с 1993 года количество интернет пользователей во всем мире стало возрастать с геометрической прогрессией, и, если в 2015 году этот показатель составлял 3,5 млрд. пользователей (см. статистику №1), то сейчас (2019 г.) по данным InternetWorldStats (IWS) количество интернет-пользователей по всему миру превышает 4,5 млрд. человек. При том, что население планеты 7,6 млрд.чел. Статистика №1

В Казахстане только за последние 10 лет количество интернет-пользователей увеличилось в 19 раз. Лидерами являются Алматинская, ЗападноКазахстанская, Павлодарская и Акмолинская области (см. статистику №2) Таким образом, эволюционное

совершенствование ЭВМ, постепенное (фазовое) развитие экономики, а также других смежных отраслей, в том числе и математики привело к появлению новой «цифровой» эпохи, где доминанта принадлежит информационным технологиям.

Так что же такое «цифровизация», в частности, «цифровая экономика»? Существует немало аспектов и определений этого феномена с точки зрения разных сфер. «Цифровизация» – это продукт четвертой промышленной революции в истории развития человечества, один из приоритетных стратегических факторов развития экономики и общества, регулирующий работу частного (корпоративного, финансового, индивидуального) и государственного секторов. Другими словами, «цифровая экономика» - инновационная «экосистема», посредством которой будет осуществляться оцифровка процессов, что позволит «более эффективно решать, комплексные и масштабные экономические задачи, например, оптимально управлять активами с помощью цифровых моделей». «По прогнозам ведущих мировых экспертов, к 2020 году 25% мировой экономики будет цифровой», а внедрение инновационных «экосистем» позволит улучшить качество жизни людей, расширит возможности управления бизнесом, а государствам позволит выйти на новый уровень мировой конкурентоспособности.

Сегодня в ТОП-10 стран с наиболее развитой цифровой экономикой входят: Сингапур, Великобритания, Новая Зеландия, ОАЭ, Эстония, Япония Гонконг, США, Израиль (см. статистику №3).

«Внедрение новых технологий, качество интернет-инфраструктуры, институциональное развитие и инновационный климат — все эти показатели определяют, насколько цифровая экономика страны конкурентоспособна.

Ключевую роль в этом играет правительство»,- считает Бхаскар Чакраворти (заместитель декана по вопросам международного бизнеса и финансов Школы права и дипломатии им.Флетчера в Университете Тафтса).

Статистика №3

Цифровизация – фундаментальный тренд. Каковы результаты и перспективы цифровой трансформации экономики Казахстана? В Послании Первого Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана от 31 января 2017 г. был провозглашен курс на Третью модернизацию нашей страны. Главной задачей является вхождение в ТОП-30 самых развитых стран мира. «Первый приоритет – это ускоренная технологическая модернизация экономики. Мы должны культивировать новые индустрии, которые создаются с применением цифровых технологий. Это важная комплексная задача. Необходимо развивать в стране такие перспективные отрасли, как 3D-принтинг, онлайн-торговля, мобильный банкинг, цифровые сервисы, в том числе в здравоохранении и образовании, и другие. Эти индустрии уже поменяли структуру экономик развитых стран и придали новое качество традиционным отраслям», - отметил Н.А.Назарбаев.

В рамках государственной программы «Цифровой Казахстан» с начала 2018 года в нашей стране внедрена медицинская информационная система для поликлиник. Она позволяет отказаться от использования в больницах амбулаторных карт и лишнего бумажного документооборота. Сервисные программы также были внедрены и в учебе: системы электронных журналов и дневников действуют во всех школах страны, оснащенных компьютерами. В этом году порталу электронного правительства Казахстана e-Gov -13 лет. Благодаря данной разработке каждый гражданин может дистанционно подать запрос и получить онлайн любую справку без необходимости нахождения в центрах обслуживания населения. Подобные инновационные процессы в значительной степени облегчают нашу жизнь, ускоряют многочисленные процессы и способствуют динамичному развитию smart- технологий, более интенсивно вовлекая каждого гражданина в digital пространство. Но, несмотря на динамику цифровизации в Казахстане, для наиболее продуктивного достижения нашей цели вхождения в 30-ку самых развитых стран мира нам катастрофически не хватает квалифицированных кадров. А ведь именно

они являются двигателями прогресса. Я считаю, что система образования непременно должна претерпевать качественные изменения в программе как школьной, так и в программе высших учебных заведений. Именно доступность получения качественного высшего образования (я имею в виду изменение программы в соответствии с перениманием опыта зарубежных высших учебных заведений, а также выделение как можно большего количества льгот, скидок, образовательных грантов) привлечет внимание многих выпускников и поспособствует уменьшению «утечки мозгов» из страны. На мой взгляд, данную трансформацию в системе образования, а также привлечение и заключение договоров о сотрудничестве с иностранными компаниями можно отнести к перспективам цифровизации Казахстана.

3. Модернизация общественного сознания в контексте цифровизации.

В научном журнале «Казахстан.Спектр» приводится ценная информация о влиянии цифровизации на различные возрастные категории населения: «те, кто родился уже позднее 1990 г., — это поколение рыночного времени. Но есть уже совершенно новые возрастные слои, которые отличаются даже от тех, кто родился после наступления эпохи независимости. Это так называемые «миллениалы», то есть родившиеся уже в 2000-х гг. Это уже сетевое общество, родившееся в период цифровизации, тотального Интернета и мобильных умных телефонов. Отношение к труду от поколения к поколению меняется. Если для советских людей труд — категория константная и нравственная, то в новую эпоху цифровизации и Четвертой промышленной революции меняются в том числе социальные системы. Поэтому ключевой основой успешности политических партий сегодня становятся правильно выстроенные коммуникации с обществом».

«Общественное сознание» возможно представить, как совокупность идей, теорий, взглядов, представлений, чувств, верований, эмоций людей, настроений, в которых отражается природа, материальная жизнь общества и вся система общественных отношений. Если говорить об «общественном сознании» в контексте цифровизации, то следует работать над упрощением и доступностью инновационных процессов, чтобы данные разработки могли быть легко усвоены всеми категориями населения, а не только «новыми поколениями». Ведь в первую очередь, мы должны проявлять заботу о пожилых людях. Как писал Максим Горький: «Уважайте друг друга, не забывая, что в каждом человеке скрыта мудрая сила строителя и что нужно ей дать волю развиваться и расцвести».

Список использованной литературы:

1. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003.
2. Государство и общество в условиях глобализации: взгляд слева (Институт сравнительной политологии РАН, отв. ред. А.А. Галкин). М., 2003. С. 178 — 185
3. Научный журнал «Казахстан. Спектр» 2018 год.

Л.Жанабаева, студент 2 курса,
Международного университета информационных технологий
Научный руководитель: **А.С. Тулеубеков**
Ассоциированный профессор МУИТ, канд. филос. наук

АНАЛИЗ РАБОТЫ АЛЬ-ФАРАБИ «ТРАКТАТ О ВЗГЛЯДАХ ЖИТЕЛЕЙ ДОБРОДЕТЕЛЬНОГО ГОРОДА»

Annotation - This article discusses the position of the first leader of the Virtuous City of Al-Farabi. The head of the city has the inherent qualities for a harmonious arrangement of citizens.

Keywords: city, ruler, virtuous city, village, society.

Al-Farabi's creative heritage is rich, and his range of interests is very wide (philosophy and logic, politics and ethics, music and astronomy, etc.). His most famous work is A Treatise on

the Views of the Residents of a Virtuous City. Starting with Al-Farabi, the eastern peripatetics began to consider philosophy as a science, designed to serve not only truth but also good, and religion was considered only as an important political art. In his work, “A Treatise on the Views of the Residents of a Virtuous City,” al-Farabi divides society into components, whose activities subsequently affect other villages and, as a result, have the opportunity to find benefits. The category of good in al-Farabi philosophy has a connecting role and contains a number of concepts: happiness, activity, life, perfection, and others.

So, al-Farabi distinguishes the Great Society - this is the totality of the societies of all people who inhabit the earth. A middle society is a society represented by one people.

Small is a society represented by the inhabitants of a city that occupies a certain part of the locality inhabited by one or another people.

A city in which the association of people has as its goal mutual assistance in the affairs by which true happiness is gained is a virtuous city, and a society where people help each other in order to achieve happiness is a virtuous society. Residents of all cities who help each other in order to achieve happiness, there are virtuous people. In the same way, the whole earth will become virtuous if the nations help each other to achieve happiness.

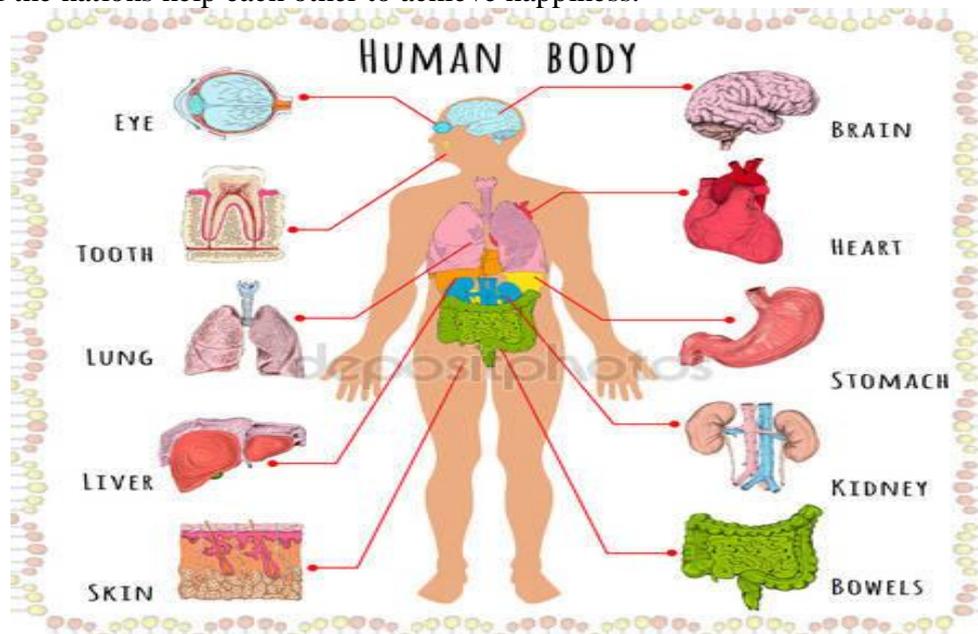


Рисунок 1. Добродетельный город Аль-Фараби подобный здоровому телу [1]

A virtuous city is like a perfect, healthy body, all of whose organs help each other in order to preserve the life of a living being and make it most complete.

The Imam is the first head of a virtuous city, this is the head of a virtuous people and the head of the entire inhabited part of the earth. Such a person can only be one who combines the twelve innate natural qualities.

In order to achieve universal acceptance by the people of managerial activity, the first chapter must study hard the theoretical sciences (or, theoretical virtues), systematizing them within the framework of its training. One of the key theoretical virtues is rhetoric. Al-Farabi begins his treatise "Rhetoric" with the concept of persuasion. But before convincing people of anything, the ruler himself must be convinced of the correctness of what he wants to convince others. Al-Farabi writes: “Conviction is an opinion about something” [1, p. 441]. And in order to gain confidence in what the first chapter will subsequently convince his people, he must carefully study the science of logic, of which rhetoric is a part. “Knowledge of [methods] of persuasion,” the thinker emphasizes, “is achieved in the art of rhetoric as well as training, as well as knowledge of the evidence-based arts” [1, p. 442]. Therefore, a huge influence on the formation of the ruler as a perfect chapter has a knowledge of logic.

Of course, that the inhabitants of a virtuous city can make certain mistakes, and the first

head of the city should forgive them and guide them on the path to moral perfection. There is nothing aggressive in forgiveness; it has only a positive aspect in social relations.

In this sense, the inhabitants of a virtuous city are masters of their own lives, namely, in the sense of synthesizing the subjective world of their own activity and the objective world of the wise government of the first chapter of a virtuous city. Thus, the human world is created in some universal combination of objective and subjective reality.

Speaking about the good in any particular community, and not about humanity as a whole, it should be noted that the possibility of achieving a harmonious existence and interaction with nature and people in smaller social groups is much higher than within the framework of the whole of humanity. Therefore, al-Farabi prefers the formation of a social doctrine about the inhabitants of the city, rather than about the inhabitants of the entire state, arguing that the analysis of social life in cities is much easier to do than across the country. This can be explained by the smaller number of people in the community and the smaller territory occupied by the community, which positively affects, for example, control over the territory. In other words, in cities the phenomenon of good is manifested more clearly, and its implementation has a more specific temporal and spatial framework. A smaller number of people (compared with the number of people of all mankind) contributed to the fact that a larger number of people within this community cultivated the values that led the community to a prosperous lifestyle, to achieve mutual understanding between people, and, ultimately, to a more precise regulation of performance necessary laws in a constructive sense within the community.

References

Аль-Фараби, Абу Наср Мухаммад. Философские трактаты. Пер. с арабского. – Алма-Ата: «Наука», 1970. – 430 с.

<https://www.google.com/search>

Д. Исаева, Студентка 3 курса
специальности «Цифровая журналистика».

Научный руководитель: **С. В. Ашенова**, кафедра МиИК, МУИТ

МОГУТ ЛИ ИГРОВЫЕ ФОРМАТЫ СЧИТАТЬСЯ ЖАНРОМ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Аннотация. В статье дается краткий анализ жанров мультимедийной журналистики, рассматривается вопрос о жанровой характеристике цифрового формата, одним из инструментов создания которого является применение игровых технологий.

Ключевые слова: жанры журналистики, онлайн-формат, цифровое пространство, новые медиа, игровые коммуникации

Вся масса созданных в журналистике произведений распределяется на жанры на основе целого ряда принципов. «Журналистский жанр – это элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций или современный код, с помощью которого шифруется массовая информация СМИ и дешифруется аудиторией». Жанр – эта форма, в которой читателю, зрителю, слушателю представляется подготовленный материал. Однако, с учетом того, что до сих пор ведутся исследования по этой теме, так как жанр журналистики становится все более гибким, можно сказать, что единого и окончательного определения этого понятия все еще не существует, как и единой системы жанрового деления.

В журналистском творчестве всегда в той или иной степени обнаруживала себя игра, но ее проявления зависели от новейших технологий своего времени. Например, в период становления журналистики это ярче всего выражалось в памфлетном стиле, в период доминирования партийной прессы – в игровом моделировании социальной реальности, наконец, с появлением современных мультимедийных технологий – в новых медиа. Но в

любом случае понятие жанра выходит на одно из первых мест в журналистском творчестве.

Как известно, любой текст характеризуется как минимум двумя параметрами: содержанием – контентом, и формой – дизайном. Выражением типологии форм принято считать жанр.

Различают три базовых способа отображения реальности: фактографический, аналитический и образный.

- Фактография фиксирует события и преобразует их в факты, которые отвечают на вопросы: где, что и когда произошло.

- Аналитика фиксирует связи между фактами с целью выявления и представления закономерностей, разного уровня обобщения, а также прогнозирования возможных событий (фактов).

- Образный создает максимально емкое обобщенное представление в форме художественного образа целых классов и категорий явлений действительности.

Жанр определяется совокупностью структурно-композиционных средств, особенностями языка и стиля. Каждому жанру свойственен свой объем информативности и уровень обобщения фактов. Имеются также специфические жанры онлайн журналистики.

Появление онлайн-информационных ресурсов спровоцировало не только трансформацию традиционных жанров печатной журналистики, но и появление новых, характерных исключительно для сети: онлайн-конференции, онлайн-репортаж, твиттер-репортаж, онлайн-дневники и т.д. Новым жанром онлайн-журналистики можно считать и журналистский блог, где профессионал выступает и репортером, и комментатором, и модератором, и собеседником, использует видеоиллюстрацию, радио- и фоторепортаж. В каждом из этих жанров можно найти элемент «игры» с аудиторией.

В мультимедиа существует множество форматов подачи информации:

✓ Инфографика, где можно развить события во времени (timeline), по территориям, сравнить с аналогичным событием (данными) в прошлом, будущем или на другой территории; алгоритм поведения пользователя (что делать, если вы внутри события?); предмет в разрезе, запчасти с подписями; карту; доли, соотношения, динамику изменения данных и маршрут.

✓ Видео, которое даст больше информации, чем набор фотографий

✓ Интерактивные формы взаимодействия с аудиторией, такие как:

- Голосование со множеством вариантов

- Голосование на да-нет

- Онлайн-конференция

- Возможность разметить фото

- Возможность разметить карту

- Флеш-игра по теме

- Комментирование

- Краудсорсинг

✓ Аудио

✓ Увязка контента - ссылки на:

- Аналогичное событие в прошлом

- Подборку наших публикаций по теме

- Сайты с развернутой информацией по проблеме

- Сайты главных действующих лиц события

- Гражданские дискуссии (форумы, блоги) по теме

- Пользовательские фото- и видеоматериалы по теме

В целом мультимедийный контент интернет СМИ отличается следующими чертами: модульность, интерактивность, гипертекстуальность, неиерархичность, комбинация

целого ряда знаковых систем для комплексного воздействия на пользователя. Кроме того, есть четыре общности мультимедийных средств, которые используются в современной интернет журналистике: базовые элементы, синтетические формы, мультимедийные проекты и игровые формы.

К базовым элементам относятся:

- изображения: фото, иллюстрация, графика, карикатура, анимация, слайд-шоу;
- видео (видеоиллюстрации, видеоматериалы традиционных жанров ТВ журналистики);
- аудио (подкасты, аудиоиллюстрации, аудиотекст, аудиослайд шоу, аудио традиционных жанров радио журналистики);
- инфографика (графическое представление данных).

Специфика использования данных элементов – в их равноправии. То есть, они чередуются с текстом не только для привлечения внимания, но и несут информацию.

Вторую группу мультимедийных средств мы назвали синтетическими формами, поскольку они сочетают несколько базовых элементов. К ним относятся мультискрипт и интерактивное видео.

- Мультискрипт состоит из содержания (главных тезисов), стенограммы и видеоплеера, упрощает восприятие объемной и сложной информации.

- Интерактивное видео содержит гиперссылки в виде текста, иконок и других элементов. По этим ссылкам можно переходить как на внешние, по отношению к сайту, ресурсы, так и на внутренние.

Третью общность средств составляют мультимедийные проекты или многостраничные сторителлинги. Они состоят из информационных страниц, заполненных базовыми мультимедийными элементами, связанными между собой, например, с помощью игры. К примеру, исследователями был рассмотрен документальный проект «Путешествия Познера и Урганта». При выборе Италии пользователю предлагается карта городов европейской страны. После нажатия на любой из них анимационная машина с Владимиром Познером и Иваном Ургантом начинает движение. Затем появляется фото, видео и цитата о выбранном городе. Другой интерактивный проект «Бродский не поэт» можно отнести к многостраничным лонгридам. Он рассказывает о жизни Иосифа Бродского, по которой можно перемещаться с помощью интерактивного интерфейса.

И последняя группа мультимедийных средств – это игровые формы. В последние несколько лет в интернет СМИ стали популярны мультимедийные элементы с игровым сюжетом, которые требуют взаимодействия с аудиторией. Журналист уже в исходном материале, самом событии выявляет игровую составляющую, а затем через мультимедийный текст играет с аудиторией. К этой группе мультимедийных средств относятся различные тесты, пазлы, флеш игры.

Первопроходцем в игровых коммуникациях исследователи называют «Esquire Russia». В августе 2012 года редакция предложила новый игровой формат подачи новостей: из заголовков заметок российских СМИ создавались стихи. А уже в 2013 году была запущена игра «Новостные войны» в стиле фильма «Звездные войны». В настоящее время игровые элементы активно использует информационный портал «Медуза». Во-первых, читателям предлагают пройти тесты. Во-вторых, на сайте есть отдельный раздел с флеш-играми, которые выполняют сразу несколько функций: привлечение аудитории, удобное преподнесение информационных поводов («Мат или нет мата? Шахматная игра «Медузы»»), «Выключи телефон, пока он не взорвался! Актуальная версия игры «Сапер»»), реклама («Можно ли не пускать мигрантов?»), «Правильная реакция. Поджечь воду, сделать медузу или все испортить: химическая видеоигра «Медузы»).

Кроме этого, можно предположить, что с их помощью журналисты завуалировано заявляют о своей позиции («Двузвон или миропомазание? Тест на знание основ православной культуры»), «Помоги Путину успеть к Папе римскому»). Игровые формы

начинают появляться и в региональных интернет СМИ. В Казахстане этот жанр еще мало востребован.

Игровое коммуникационное пространство в средствах массовой коммуникации характеризуется принципами виртуальности, символизации, стохастичности, интерактивности, под влиянием которых возникают игровые форматы и жанры публикаций.

В мультимедийной журналистике игровая технология становится одним из важнейших методов организации и осмысления журналистской информации. Игровые форматы повышают интерактивное освоение журналисткой информации. Основываясь на примерах, предоставленных выше от «Esquire Russia», они действительно получают широкое распространение с развитием мультимедиа. Новая игровая технология в журналистском творчестве обладает художественно-публицистическим потенциалом, потому как в силу повышенной интерактивности игровые форматы делают читателя соавтором в работе с информацией.

Последовательное применение игровой технологии может способствовать повышению интерактивности массовой коммуникации и укреплению информационно-психологической безопасности. Оно открывает дополнительные возможности осмысления реальности.

Таким образом, через интерактивные формы взаимодействия с аудиторией и различные игровые формы можно преподнести читателю нужную информацию. Что, в свою очередь, доказывает, что игровые форматы все же можно считать отдельным, «новым» специфичным жанром мультимедийной журналистики.

Список литературы:

1. Мультимедийная Журналистика, Учебник. – под общей редакцией А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой – НИУ:ВШЭ, 2017 – 570 с.
2. Мультимедийная журналистика: инструменты, опыт применения// <https://vernsky.ru/pubs/multimedijnaya-zhurnalistika-instrumenty-opyt-primeneniya-v-permskih-smi-542bca59f2ad471e773c6df9>
3. Сборник научных трудов «Мультимедийная журналистика»// https://pure.spbu.ru/ws/portalfiles/portal/14809894/Sbornik_Multimedia_Journ.pdf

Н. Каниева, Студентка 3 курса

специальности «Цифровая журналистика».

Научный руководитель: **С. В. Ашенова**, кафедра МиИК, МУИТ.

ОТ ТРАДИЦИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ К МУЛЬТИМЕДИА

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы эволюции медиапространства, новые структуры и специфика медиа-индустрии в контексте современных цифровых трендов. Выделены вопросы о том, каким должен быть конвергентный журналист, сходства и различия новых и старых СМИ, «золотое правило» мультимедийной журналистики.

Ключевые слова: цифровые технологии, масс-медиа, конвергентный журналист, мультимедийность, новые медиа, СМИ.

Глобализация и цифровизация беспощадно вносят изменения в привычные вещи – это касается и СМИ. Традиционная журналистика представляла собой совокупность множества функций, основные из которых:

- масс-медиа гарантируют привлечение внимания к определенным темам и когда тема становится общеизвестной, люди могут обдумать свое отношение к проблеме, обсудить ее;

- масс-медиа отслеживают те или иные темы, они контролируют общественную, корпоративную и политическую жизнь; журналисты комментируют, исследуют и

анализируют события, отмечают тенденции; словом, СМИ держат заинтересованных читателей в курсе последних изменений в отслеживаемой теме и стимулируют ее общественное обсуждение;

- масс-медиа не просто сообщают факты, данные интерпретируются, при этом журналисты оперируют понятиями вечных общественных и культурных ценностей.

В свою очередь конвергентная журналистика – это результат слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Сегодня современные медиа-компании расширяют свой спектр информационных и развлекательных продуктов и используют при этом «новые» формы подачи медиапродукта: онлайн газета, радио в интернете, веб-телевидение. В последнее время в связи с распространением мультимедиа в журналистике теоретики определяют это явление через технические характеристики. Они обращают внимание на то, что мультимедийность достигается благодаря использованию разных знаковых систем, разных технологических платформ. Однако было бы неправильным сводить своеобразие мультимедиа только к технической стороне. Это сложный культурно-исторический феномен. Мультимедийные продукты учитывают многоканальность человеческого восприятия. Они преподносят информацию о мире так, как мы привыкли ее воспринимать. Иначе говоря, мультимедиа способны передавать «полифонию действительности».

Примечательно, однако, что в журналистике и до возникновения мультимедийных продуктов существовала тенденция к созданию медиатекстов, способных передавать «полифонию действительности». Первой разновидностью журналистского творчества, ориентированной на это, стал жанр репортажа. В нем журналист мог наглядно и объемно изобразить то, что происходит в действительности, с помощью богатства естественного языка. Автор материала мог описать в тексте все переживания, которые он получил, находясь на месте, где разворачивалось то или иное событие. В результате читатель через текст переносится мысленно на место события. Неудивительно, что, размышляя над особенностями репортажа, большинство исследователей сходятся во мнении: репортаж должен давать наглядное представление о событии через восприятие журналиста, который выступает в роли очевидца или действующего лица. Репортаж как жанр представляет это событие от начала и до конца, рисуя объемную картину, помогая читателю перенестись на то место, где был репортер, и увидеть происходящее как бы «своими глазами». Своего рода «традиционная мультимедийность».

Важным трансформирующим фактором для журналистики как профессии стали «сетевые обстоятельства», которые оказали существенное воздействие на всю индустрию медиакommunikаций, примерно с начала 2000-х годов. Эти факторы и их воздействие явились прямым следствием быстрого распространения интернета как коммуникационной платформы. Это произошло в связи с прогрессом и развитием компьютерной техники, компьютерных носителей и компьютерных сетей как способа трансляции. Ведь именно эти технологии позволили объединить разные ранее необъединимые средства коммуникации – визуальную, текстовую и звуковую, речевую. 2000-е годы оказались переломными для большинства информационных и социально-информационных профессий. Совокупность технологий, которые называют сегодня «цифровыми», сделала доступным распространение любого вида медиаконтента в реальном времени с минимальными затратами. Эти же технологии нанесли сильнейший удар по платной дистрибуции, на которой в течение трех с лишним столетий держался бизнес масс-медиа.

Интерактивная природа новых методов распространения информации также изменила традиционную для масс-медиа вещательную модель коммуникации и произошло «освобождение авторства». Появилась потоковая модель потребления контента. До «цифровой сетевой» эпохи газета выходила раз в день, программа новостей на радио или телевидении – не чаще чем раз в час, журнал – раз в неделю или в месяц. «Информационное «пространство» во времени потребителя между «номерами» и

«выпусками» ничем, с точки зрения старого медиабизнеса, и его инструмента – журналистики, не было заполнено. Потребитель должен сформировать дискретный рефлекс – покупки издания каждое утро, или включения телевизора или радиоприемника в определенное время. То, что, возможно, попадает в сферу его информационного потребления между «выпусками» – заведомо не имеет профессиональной значимости, относится к неорганизованной коммуникации». С появлением прямоэфирного новостного телевидения 24/7, прежде всего, CNN, предложившего концепцию непрерывного потока значимой, организованной и качественной информации, возникает альтернатива дискретному медиапотреблению. С появлением интернета и в особенности социальных сетей реального времени появляется еще более мощная альтернатива, которую можно описать как «возникновение информационных потоков по желанию потребителя».

Основой экономики СМИ в XX веке были монополии и ограничение доступа к технологиям печати и дистрибуции. Доступ к технологии скоростной печати, необходимой для массовых газет и журналов, требовал инвестиций, а политическая важность «печатного станка» привлекала регулирующее внимание государства. Интернет как коммуникационная среда, оснащенная инструментами персонального авторства и «интегрированные платформы дистрибуции» практически лишили специализированные новостные и информационные организации их монополии на доступ к «печатному станку» и системе распространения. С появлением Youtube и его аналогов, Napster и других аудиосервисов аналогичные процессы стали происходить и с телевидением, радио, музыкальным бизнесом и, в конце концов, с образованием, как специфической формой медиакоммуникации. Информация и знания становятся одним из стратегических ресурсов государства.

Информационно-технологическая революция активизировала внедрение и развитие глобальных СМИ и в Казахстане, где быстро распространилось спутниковое, кабельное, цифровое вещание, Интернет-ТВ и радио, мобильная телефония, получает развитие волоконно-оптическая связь, растет количество Web-изданий, информационных мультимедиа ресурсов. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития новых ИКТ, средств массовой коммуникации страны. Кардинальные сдвиги в техническом обеспечении коммуникационного процесса привели к появлению принципиально новых средств массовой коммуникации. Надо отметить, что каждое новое СМИ не отменяет предыдущее, а дифференцирует их предназначение, способы доставки информации и ее распределение.

Многие исследователи приходят к общим характеристикам «новых медиа». Во-первых, они «привязаны» к экрану. Во-вторых, они предлагают одновременно текст, звук, видеоизображение, как статичную картинку, так и движущиеся образы. Новые медиа в той или иной степени интерактивны. Все чаще в мультимедийному обращению направляется различная информация: аудиовизуальная, акустическая, вычислительная, оптическая, изобразительная, художественная, сценическая и другая.

Модели изменения медиа-систем в Казахстане и за рубежом становятся похожими, а тенденция глобализации играет в этом процессе не последнюю роль. Создание различных медийных информационных контекстов требует особого умения, профессионального мастерства. Мобильность, мультимедийность, интерактивность, универсальность, многофункциональность – вот ключевые слова современной журналистики, которая постепенно становится конвергентной. При этом следует отметить, что конвергенция – это также слияние рынков. Современная индустрия СМИ движется ко все большей интеграции с телекоммуникационным сектором, производством бытовой техники, информационными технологиями. В результате создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов. Конвергенция как понятие начинает доминировать в медиа менеджменте, включая и

производство контента. Существенно влияя на сбор, создание и распространение информационного продукта, конвергенция не только кардинально изменяет подходы к управлению информацией, принципиально реконструируя организационную структуру СМИ, но и формирует новую бизнес-среду, представляя то пространство, которое технически позволяет объединять в себе текстовые, визуальные, аудиальные, аудиовизуальные, графические, анимационные и другие элементы. В начале XXI века появляется сетевая инфраструктура редакций – соединение компьютеров в сети редакции и за ее пределами. Эту задачу сначала выполняли Интернет и электронная почта, затем подключилась мобильная телефония, появляются цифровые носители видео и аудиоинформации, нелинейный монтаж в телевизионном и радио-производстве. Все чаще понятие «конвергентность» становится синонимом магистральных преобразований в медиа-сфере. Центральное место проблем конвергенции в современных дискуссиях о грядущих трансформациях информационно-коммуникационной сферы объясняется его многозначностью и многоплановым трактованием. Конвергенция представляется процессом, который в ближайшие десятилетия может полностью изменить не только системы средств массовой информации и коммуникации, но и различные, связанные с ними, индустрии.

Если традиционный журналист ограничивает свою сферу деятельности только в одном направлении журналистики, то конвергентный журналист должен легко и спокойно владеть всеми навыками мультимедиа. Основным качеством «универсального» медиаработника является умение быстро определять лучший формат подачи информационного продукта.

«Новые медиа» отличаются от «старых» важными чертами: децентрализация; высокая пропускная способность; интерактивность; гибкость формы, содержания и использования. Кроме того, «новые медиа» гораздо оперативнее, более открытые, чем традиционные. Они имеют пользователей, в то время как традиционные имеют публику. Новые медиа представляют «картинку» – специфику восприятия информации, они активны, пытаются вовлечь аудиторию. При этом большой интерактив с пользователем требует не только технологического обеспечения, но и требует от сотрудников перестроить свою работу на генерацию способа вовлечения пользователей в контент. Журналист, живущий преимущественно в концепции СМИ, ответственен за передачу информации от источников к читателям. Журналист, живущий в концепции медиа, ощущает себя посредником, помогающим соединиться разным группам, заинтересованным друг в друге. Что касается новых источников информации, разные исследователи относятся по-разному к их наименованию – «медиа» или «СМИ?». Ряд исследователей не признает за данными ресурсами право называться СМИ. Свой отказ признавать социальные медиа средствами массовой информации в традиционном смысле они аргументируют тем, что все традиционные СМИ имеют своей целью донесение до общественности социально важной информации. Новые медиа, в свою очередь, являются лишь платформой для коммуникации между людьми. Из этого следует, что традиционные СМИ на первое место ставят информацию, то есть содержание, а в рамках социальных медиа главенствует общение, в то время как содержание сообщений отходит на второй план. Обратную позицию представляют другие исследователи. «Новые медиа – это новый вид онлайн СМИ, где любой пользователь сети Интернет, не обладающий навыками программирования, может участвовать в процессе создания, хранения и распространения социально значимой информации, имеющей периодический характер и адресованной широкой общественности». Даже соглашаясь с обоим мнением, следует признать, что журналистика окончательно перестала быть только «текстоцентричной». Доминировавший в профессии долгие столетия вербальный письменный или устный текст начал уступать, а, вернее, полноценно делить свои позиции со звуком, картинкой, музыкой, анимацией. Интерактивность стала одним из принципов «золотого правила»

современной журналистики. Строго говоря, и прежде в средствах массовой информации существовала обратная связь с аудиторией. Однако только в наши дни прямая, постоянная и взаимонаправленная коммуникация журналистов и потребителей информации стала отличительным признаком повседневного функционирования массмедиа. Более того, язык мультимедийной журналистики таков, что «без вмешательства пользователя информация остается неполной (только пользователь может своими действиями вывести на экран и потребить интегральную версию информации)». То есть потребитель в некотором смысле становится и соавтором, соредактором текста. Еще один принцип правила – журналистика мало-помалу «теряет» интерес к такому качеству информации, как эксклюзивность; развитие современных технологий привело к тому, что «эксклюзивной» новость остается считанные минуты – она мгновенно разносится по сети. Более важной становится ее «упаковка», подача, искусство донесения до аудитории, внимание которой нужно удержать во что бы то ни стало. Именно поэтому все большую роль начинает играть мультимедийный сторителлинг – искусство рассказывания историй. При этом в мультимедийной журналистике не теряют своей актуальности, а становятся даже более значимыми, такие качества информации, как надежность ее источника, точность изложения, беспристрастность. В то же время этические нормы традиционной журналистики начинают обновляться и «дополняться» в мультимедийной среде; новые медиа дают основания говорить о «новой этике» журналистской профессии.

Расширяется «палитра» журналистских специализаций и «подпрофессий». Появилось понятие «универсального журналиста» – человека с мультимедийным рюкзаком, владеющим и словом, и искусством фото- и видеосъемки, и умением работать со звуком, и знанием технологий монтажа, и навыками интерактивного общения с аудиторией, что, тем не менее, не отменяет потребности в профессионалах «одного типа медиа», успешно работающих только с одним форматом подачи сообщения. При этом мультимедийная журналистика остается командной работой; там необходимы медиапродюсеры и мультимедийные редакторы, медиаменеджеры и медиадизайнеры, специалисты по планированию работы конвергентной редакции, редакторы-агрегаторы, модераторы сетевых сообществ и т. д.

Журналистика начала существовать в иной конкурентной среде. Если раньше ей свойственна была в основном «горизонтальная» конкуренция между различными видами СМИ, например, или между медиа одного типа, но разного направления, то сегодня внутренняя конкуренция уступает место внешней, обретает «вертикальность» и глубину. Самый явный пример в этом смысле – появление термина «гражданская журналистика», связанного, в частности, с деятельностью блогеров. Несмотря на то, что создатели пользовательского контента не знакомы с профессиональными стандартами журналистского мастерства и публикуют в своих сетевых дневниках то, что прежде всего интересно им самим (тогда как журналист обязан рассказывать в первую очередь о том, что интересно обществу), блогеры оказались весьма активными участниками современного медиапространства: регулярно собирают новости и распространяют мнения о них, специализируются на различной тематике, в том числе экономической и политической. СМИ перестали быть главными источниками новостей, они все чаще проигрывают «гражданской журналистике» в актуальности, эмоциональности, доступности. И хотя опасения по поводу того, что блоггинг «убьет» профессиональную журналистику, оказались не более чем мифом, журналистам куда труднее стало соответствовать ожиданиям публики в видоизмененном медиапространстве, заполненном вполне успешными, пусть и «непрофессиональными», авторами.

Тем не менее, новая конкурентная среда подвигла мультимедийную журналистику к разумному взаимодействию с UGC (User Generated Content – пользовательский контент). «Многие СМИ поняли, что нужно идти к аудитории, туда, где она бывает постоянно и в «концентрированном виде». Такими местами концентрации аудитории, «местами силы»,

стали социальные сети и блоги. Сегодня границы медиа размываются – блоги и блогеры стали важной составляющей медиасреды. СМИ ищут инфоповоды и «раскручивают» истории в социальных сетях и блогах, а блогеры активно используют материалы СМИ. Блоги могут выступать источниками информации, а блогеры – ньюсмейкерами и тестировщиками, которые дают быструю обратную связь». Таким образом, вместо «замещения» профессиональной журналистики блогингом речь сегодня идет о взаимном сотрудничестве и взаимном обмене информацией.

Перспективы сетевой журналистики в общем и целом равны и конгруэнтны перспективам журналистики как таковой. «Новые» медиа не могут и не должны восприниматься как единственный носитель правильных идей в области развития журналистики и массовых коммуникаций. Прежде всего, несмотря на все очевидные технологические изменения, сетевые СМИ наследуют традиционным, и более всего в части их социальной функции, институционального значения. Большая часть профессиональных ценностей и принципов редакционной деятельности являются следствием исторически сложившейся роли средств массовой информации в обществе; изменение природы медиума лишь корректирует проекции этой роли, но не отменяет установившихся принципов.

Перспективы же сетевой журналистики просматриваются достаточно ясно. К имеющимся функциональным возможностям и обязанностям журналиста добавится ряд специальных знаний, прежде всего из области анализа данных, социальной теории и когнитивной психологии. Качественные и количественные изменения приведут к образованию ряда новых специальностей в сетевой журналистике, и это изменение приводит к коррекции спроса на выпускников школ журналистики. К гуманитарным и социальным знаниям, в качестве обязательного профессионального требования, добавляются знания в области информатики и программирования, прикладной и аналитической математики, социальной статистики, клинической и когнитивной психологии, группового управления.

Сегодня, для того, чтобы иметь четкое представление о том, какой контент лучше, журналист должен обладать навыками работы в различных видах СМИ и знать, каким образом контент определенного типа создается. Таким образом, «новый» журналист должен уметь снимать видео, производить текст, записывать аудио-подкасты, монтировать сюжеты, работать с блогами, чтобы собрать значительное количество информации, и максимально раскрыть суть медиапродукта. Для этого «универсальному журналисту» важно научиться мыслить мультимедийно. Отход от традиционных и стандартных взглядов на СМИ позволит будущим журналистам найти свое место в огромном конкурентном меди-пространстве. Именно поэтому высшие учебные заведения тоже меняют свою систему образования, потому что время требует новшеств. Молодежь, которая хочет стать конкурентоспособным и востребованным журналистом должен тщательно выбрать тот ВУЗ, где готовят «новых» журналистов 21 века.

Список литературы:

1. Амзин, Галустян, Гатов: Как новые медиа изменили журналистику. – 2012-2016гг.
2. А. Г. Качкаева, Светлана Шомова: Мультимедийная журналистика. –2017г.
3. Кульчицкая Д. Ю.: Истоки мультимедийности в традиционных журналистских жанрах. – 2015г.

Лысенко Никита Владимирович
Студент первого курса бакалавриатуры университета ИТУ

ЦИФРОВОЙ КАЗАХСТАН, КАК ПРОЦЕСС ГЛОБАЛИЗАЦИИ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА

Аннотация: Бұл мақалада қазіргі уақыттағы жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың (АКТ) жедел енгізілуімен, шетелдік БАҚ-тың бәсекесінің артуына байланысты, жаңа телекомпаниялардың, елдегі байланыс операторларының пайда болуымен және цифрлық хабар тарату стандарттарына кезең-кезеңімен көшуіне байланысты, Қазақстанда медиа-қызметтің сапалық өзгерісі көрсетілген.

Кілт сөздер: *«Цифрлық Қазақстан», цифрландыру, өнеркәсіпте, цифрлық экономика.*

“Цифровизация - это не цель, это средство достижения абсолютного преимущества Казахстана”. (Нурсултан Назарбаев)

20 лет назад президент страны Нурсултан Назарбаев в Стратегии 2030 поставил перед страной задачу стать активным участником глобальных технологических изменений. “Процесс глобализации и научно-технического прогресса, особенно в развитии новых информационных и телекоммуникационных технологий, представляет уникальные возможности для нашей большой, но малонаселенной страны. Однако ничто не гарантирует, что мы будем идти в ногу с этими процессами. Следовательно, крайне важно понимать эти технологии, добиваться их полной интеграции в наше общество, поддерживать научно-технические кадры” Нурсултан Назарбаев.

С первых лет независимости Казахстан работает над собственным эффективным комплексом телекоммуникационных услуг. Сегодня Казахстан лидер в Центральной Азии по числу пользователей Интернета и сотовой связи, пользователи сети интернет около 77% населения. В 2012 году был запущен стандарт 4GLTE, число владельцев сим-карт 25,43млн, а общая численность населения Республики Казахстан 18,04млн. Покрытие населения Казахстана сетями 4Gсоставляет 69%. Это дает возможности для развития сервиса сети, подключение к интернету множество датчиков из Smart-устройств. Открытость для инноваций – один из главных приоритетов Казахстана. Для успешного внедрения новых технологий требуется технические кадры мирового уровня. В период сложных 90-х годов объявлена программа компьютеризации школ, прежде всего в сельской местности, в 2001 году она была завершена на 100%.

В 1997 году в программе Болашак произошли изменения – акцент сделан на подготовку технических специалистов.

За время реализации проекта прошло обучение 12 тысяч специалистов, из них четверть – инженеры и программисты. С 2012 года при Назарбаев Университете развивается интеллектуальный центр Астана Бизнес Кампус, который объединяет в одном месте представителей бизнеса, венчурные фонды, ученых, студентов и изобретателя.

С 2015 года инновационный кластер TechGarden создает профессиональную среду для развития стартапов. Благодаря Экспо – 2017 и ФМЦА в Казахстане появится база для запуска Технопарка Астана, который станет магнитом для лучших практик, специалистов и инвестиций, формируя единую информационную экосистему. Доступность глобальной сети дала государству новые инструменты для взаимодействия с населением, которые позволили экономить время и снизить административные барьеры. К примеру автоматизация госуслуг сократила сроки регистрации бизнеса с 30 дней до 30 минут. С 2012 года 100% лицензии в Казахстане выдается в электронном виде. Развитие телекоммуникационной инфраструктуры позволило улучшить позиции страны в мире.

В 2016 году в рейтинге ООН по развитию электронного правительства Казахстан занял 33 место среди 198 стран. В исследовании Всемирного банка DoingBusiness 2017 республика

заняла 35 позицию.

В своей статье план нации – Путь к Казахстанской мечте, Глава государства ставит задачу достижения роста критической массы конкурентоспособных высокотехнологичных производств. Достигнутые цели и выполненные глобальные задачи доказывают, что мудрая и взвешенная политика Президента не только соответствовала мировым изменениям, но и опережала их. Цифровая гонка, охватившей мир и заставляет действовать на опережение. Чтобы быть в числе лидеров, Казахстану необходимо следовать современным технологическим трендам.

Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев в своем выступлении сказал “Повсеместная цифровизация экономики приведет к исчезновению целых отраслей и созданию принципиально новых. Великие перемены, происходящие на наших глазах – это одновременно исторический вызов и шанс для нации”.

Казахстан готов к современным вызовам Государственная программа Цифровой Казахстан позволит повысить качество жизни населения конкурентоспособность экономики, а самое главное – оказаться в числе лидеров и достичь цели – войти в число 30 самых развитых стран мира.

Государственная программа «Цифровой Казахстан» – это важная комплексная программа, которая нацелена на повышение уровня жизни каждого жителя страны за счет использования цифровых технологий.

Основными целями Программы стали ускорение темпов развития экономики Республики Казахстан и улучшение качества жизни населения, а также создание условий для перехода экономики на принципиально новую траекторию – цифровую экономику будущего.

Реализация госпрограммы будет проводиться в период 2018-2022 годов в пяти ключевых направлениях:

1. «Цифровизация отраслей экономики» – преобразование традиционных отраслей экономики РК с использованием прорывных технологий и возможностей, которые повысят производительность труда и приведут к росту капитализации.
2. «Переход на цифровое государство» – преобразование инфраструктуры государства для предоставления услуг населению и бизнесу, предвосхищая их потребности.
3. «Реализация цифрового Шелкового пути» – развитие высокоскоростной и защищенной инфраструктуры передачи, хранения и обработки данных.
4. «Развитие человеческого капитала» – преобразования, охватывающие создание креативного общества и переход к новым реалиям – экономике знаний.
5. «Создание инновационной экосистемы» – создание условий для развития технологического предпринимательства с устойчивыми связями между бизнесом, научной сферой и государством, а также внедрения инноваций в производство.

Цифровая экономика – это использование Цифровизация отраслей экономики:

Цифровая экономика – это использование онлайн – возможностей и инновационных цифровых технологий как для крупных предприятий, так и для малого и среднего бизнеса.

Что изменится к 2022 году.

- * Повысится уровень производительности труда в экономике до уровня ТОП-30 стран мира
- * Появятся конкурентоспособные экспортные производства в приоритетных отраслях
- * Произойдет капитализация крупнейших компаний Казахстана, что позволит им выйти на принципиально новый уровень
- * Вырастет объем местной электронной торговли
- * Снизится доля теневой экономики до уровня ТОП-30 стран мира

Цифровизация промышленности:

Широкое использование цифровых технологий в промышленности позволяет в значительной степени повысить эффективность производственных процессов, обеспечить безопасность труда, а также генерировать новые источники доходов за счет изменений бизнес – моделей компаний.

Добывающая, обрабатывающая промышленности и электроэнергетика составляют основу реального сектора экономики Казахстана и требуют следующих передовых цифровых решений.

Цифровой рудник

Цифровой рудник с помощью «умных» датчиков позволяет контролировать объемы и скорость добычи, следить за рациональным использованием оборудования, а также объединять эти данные в единую информационную систему. Эта система минимизирует человеческий фактор и обеспечивает онлайн-контроль за производством.

Проект «Цифровой рудник» внедряется на предприятии АО «НАК «Казатомпром».

Цифровизация транспорта и логистики:

Цифровизация этого сектора увеличит транзитных грузоперевозок и повысит качество услуг для всех участников процесса. Качественная транспортная логистическая инфраструктура даст мощный толчок развитию экономики за счет повышения связности территории и снижения накладных расходов на доставку товаров до места назначения.

Это будет обеспечено за счет следующих цифровых решений.

Интеллектуальная транспортная система

Будут внедрены:

- Система взвешивания в движении.
- Система взимания платы на дорожных участках.
- Передвижные дорожные лаборатории.
- Видеомониторинг и выявление нарушений ПДД.
- Анализ и прогнозирование климатических условий для перевозок.
- Внедрение искусственного интеллекта на автодорогах.

Развитие электронной торговли, финансовых технологий и безналичных платежей:

Программа предполагает реализацию широкого комплекса мер, направленных на устранение существующих в стране барьеров для развития интернет – торговли в целом, а также на увеличение конкурентоспособности местных игроков. Предлагаемые меры находятся в области регулирования электронной торговли, расширения приема электронных платежей, повышения цифровой и финансовой грамотности населения и предпринимателей, продвижения электронной торговли, а также развития инфраструктуры и логистики.

Особое значение будет уделено разработке и реализации комплекса мер по стимулированию безналичного оборота.

Fulfillment-центр

Fulfillment-центр позволяет интернет-магазинам хранить товар, формировать и упаковывать заказы, отправлять их клиентам и получать возвраты. Сеть Fulfillment-центров позволит сократить скорость и стоимость доставки товаров до покупателей.

E-Commerce-центр

E-commerce центр – это коммуникационная площадка для представителей онлайн и офлайн бизнеса, центр поддержки и повышения компетенций МСБ в электронной торговле, а также центр оказания комплексных услуг по доставке товаров.

Первый центр электронной коммерции открыт АО «Казпочта» в Астане. Здесь предприниматели уже сейчас могут получить консультации по поводу первых шагов на онлайн-рынке.

Open API

Технология Open API позволяет разработчикам свободно использовать готовые

блоки для построения собственных приложений.

Удаленная идентификация личности

Модель удаленной идентификации личности с использованием базы данных государственных и коммерческих компаний, в том числе основанной на различных биометрических показателях. Она позволит построить универсальную цифровую среду для взаимодействия и коммуникаций между финансовыми институтами, клиентами, государственными органами и организациями.

Цифровизация агропромышленного комплекса:

Цифровизация сельского хозяйства поможет повысить качество продукции, увеличить ее объёмы, а также сократить участие человека в производственном процессе.

Благодаря IT – технологиям государство может внедрить системы племенного учета в животноводстве, анализа фитосанитарного и ветеринарного рисов, а также автоматический мониторинг за состоянием природных ресурсов.

Это произойдет за счет следующих цифровых решений.

«Точное земледелие»

Система менеджмента «Точное земледелие» позволяет фермерам в режиме реального времени отслеживать показатели посевов, влаги, питательных элементов, вредителей, вероятности осадков и др.

Прослеживаемость в животноводстве и растениеводстве

Будут внедрены:

- Система по племенному учету в животноводстве.
- Система по надзору в области лесного хозяйства, охраны, воспроизводства и использования животного мира.
- Система «от фермы до прилавка».

e-Agrotrade

Единая электронная торговая площадка для реализации продукции АПК.

Все мероприятия и проекты, реализованные в рамках программы «Цифровой Казахстан», помогут повысить эффективность и прозрачность государственного управления, обеспечить занятость населения, повысить качество образования и здравоохранения, а также улучшить инвестиционный климат, повысить производительность труда и рост доли малого и среднего бизнеса в структуре ВВП.

Важным результатом реализации Программы также станет ускорение вхождения Казахстана в 30-ку в индексе развития ИКТ ООН.

На еще более длинных горизонтах успешное внедрение программы цифровизации подготовит страну к следующим вызовам научно-технического и социального развития, которые еще только обретают первые очертания.

Список использованной литературы:

1. Научный журнал «Казахстан. Спектр» 2018 год.
2. Новостной портал kursiv.kz (Форум по цифровизаций “K-TechTechnologySummit 2018”)
3. Научный журнал Digital.kz (статистика и фото)
4. Отчёт “Global Digital” за 2018 год
5. Портал sputniknews.kz

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЯ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация - В статье рассматриваются новейшие тенденции информационного вещания в Республике Казахстан и развитие онлайн - телевидения в нашей стране. Автор отмечает, что Интернет- телевидение в Казахстане сегодня находится на стадии становления, несмотря на то, что все телеканалы нашей страны имеют свои онлайн - версии, постоянно обновляют контент и расширяют количество пользователей

Ключевые слова: Интернет – телевидение, онлайн-телевидение, новые медиа

Появление новых каналов коммуникации - Интернета и мобильной связи, новых сетевых медиа - обеспечивает обществу в целом и каждому отдельному гражданину доступ к глобальному телевидению, радиовещанию, к всемирной сети газет, журналов, информационных агентств. Сегодня при огромном значении каждой из систем СМИ они взаимодействуют, объединяются и благодаря этому открывают для себя новые возможности в распространении информации.

По данным источника «internet live stts», в 2006 году количество казахстанцев в Интернете едва превышало отметку в 500 тысяч, что составляло 3,3% от населения. В отчете от 1 июля 2018 года сообщается, что количество Интернет - пользователей в Казахстане составило 9 млн 961 тыс., при населении 17 млн. 855 тыс., что составляет 55,8%. Так же, при расчете этих данных не учитывался фактор младенцев и стариков, что значительно меняет картину проникновения Интернета в повседневную жизнь граждан. Таким образом можно сделать вывод, что Интернет — это огромное перспективное пространство для развития новых медиа.

Как известно, онлайн - телевидение может передавать программы в режиме реального времени. Эти программы либо просто дублируют стандартный контент телеканала, либо представляют собой онлайн - программы, которые сделаны специально для трансляции в Сети. Отличительной особенностью Интернет - вещания является то, что пользователь может в реальном времени участвовать в программе: задавать вопросы участникам, участвовать в опросах, и др. Это свойство называется интерактивностью. В Казахстане онлайн - телевидение пока еще не вышло на мировой уровень.

В цифровую эпоху в игру вступает совершенно иное формирование медиасреды. Для корреспондентов становится абсолютно привычным использование киберпространства в своей работе. И если раньше с собранным материалом и взятым у очевидца интервью приходилось с места событий мчаться на всех парах в редакцию, чтобы опередить конкурентов, то сегодня достаточно Интернета и компьютера либо телефона, чтобы отправить информацию коллегам, которые смогут опубликовать ее уже через несколько минут. Даже физического присутствия журналиста на месте происшествия не требуется.

Еще с 80-х годов XX века новейшие СМК стали выделять как самостоятельные новые медиа. По мнению ученого Г.П. Бакулева, эта эпоха отмечена тем, что производство информации и ее распространение неизменно и стремительно растет, что открывает дорогу для альтернативных коммуникационных средств, отличающихся по форме вещания от привычных аудиторий [1]. Помимо этого, безмерные возможности кабельного, спутникового вещания и видео открывают перед потребителем огромные возможности: информацию, за которой раньше нужно было ехать за океан, становится доступной после пары «кликов».

Исследователи средств массовых коммуникаций предлагают следующее мнение: «В современных сетях традиционные издательские технологии интегрируются с технологиями аудиовизуальными, объединяя различные типы содержания. Подобная

интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая жесткие границы между секторами традиционных систем СМК и создавая новые открытые медиасистемы» [2].

Благодаря новейшим информационно-коммуникационным технологиям человечество смогло совершить переход от электронной к цифровой форме представления аудиовизуальных и мультимедийных сообщений, что, в свою очередь, дало возможность организации процессов производства на абсолютно новом уровне.

Новейшие цифровые интерактивные технологии все больше открывают для себя доступ в мировом пространстве. Компьютерные, вещательные, а также телекоммуникационные технологии сливаются воедино.

С учетом появления новых медиа в журналистике можно выделить несколько направлений:

- интерактивные сервисы (включающие в себя широкие мультимедийные возможности);
- гражданская журналистика (привлечение к работе блогеров);
- журналистика данных (работа с неизвестными широкому кругу источниками информации);
- краудсорсинг (совместное решение вопросов по выбранной тематике до сбора информации и ее обработки).

Интерактивные сервисы предоставляют своему пользователю возможность обратной связи. Благодаря мультимедиа аудитория может активно выражать свою реакцию на прочитанное/услышанное/увиденное, причем не только в текстовом формате. Интерактивные сервисы могут заинтересовать аудиторию интересными инструментами, к примеру онлайн-калькуляторами отпуска или налогов.

Интегрирующим стержнем глобальной информационно-коммуникационной системы на основе цифровых структур печати, радио и телевидения стал Интернет. Легкий доступ к глобальной паутине и быстрое развитие ее национальных сегментов сделали интернет необходимой составляющей и международного глобального пространства, и информационных систем, и национального глобального пространства и медиаструктур.

Интернет интегрирует шесть каналов СМИ – прессу, кино, радио, телевидение, телефонию и онлайн-медиа. Это вторая ступень развития глобальной информационной системы. В Интернете развивается сложная единая глобальная и одновременно национально фрагментированная информационно-коммуникационная система, которая даже может включать индивидуальные сайты, доступные во всем мире.

Как отмечает в своем фундаментальном труде «Медиаэкономика зарубежных стран» доктор филологических наук, профессор МГУ Е.Л.Вартанова, «индустрия СМИ и телекоммуникаций является неотъемлемой и значительной частью индустрии сервиса, которая в последние десятилетия XX в. стала важнейшей частью национальной экономики в наиболее развитых странах мира» [3].

Интернет-телевидение в Казахстане сегодня находится на стадии становления, несмотря на то, что все телеканалы нашей страны имеют свои онлайн-версии, постоянно обновляют контент, расширяют количество пользователей. Пока еще в Казахстане нет круглосуточного телевизионного Интернет-канала по типу всемирно известного «Sky News» или «Life!». Постепенный переход традиционных СМИ в Казнет сопровождался появлением новых видов сетевых СМИ: Интернет-газета, Интернет-журнал, Интернет-радио и Интернет-телевидение. Научные исследования уже проявили интерес к двум первым видам, однако Интернет-телевидение пока остается неизученным.

В Казахстане уже действует новый формат доступа к телевидению — интерактивный сервис. Речь идет о BeeTV – Интернет-телевидении от компании Beeline. BeeTV работает на основе OTT технологии. Over the Top (сокращенно — OTT) для Казахстана

является новой технологией, но во всем мире она широко распространена. В отличие от IPTV, OTT осуществляет доставку видеоконтента на любое устройство с поддержкой выхода в Интернет по неуправляемой сети. То есть, подключившись к ВеeTV, можно смотреть различные телеканалы, программы и видео по запросу на совершенно разных устройствах одновременно. Недавно был запущен премиальный пакет услуги ВеeTV, в котором расширенный список каналов – более ста, а также большой выбор видео по запросу – около 11 000. Без преувеличения можно утверждать, что Интернет-телевидение открывает перед пользователями широкие горизонты по сравнению с уже распространенным кабельным ТВ. Огромное количество видеоинформации становится доступно без особых проблем. Любые сложности, связанные с ограниченным количеством каналов, теперь просто отсутствуют. Возможности ВеeTV не ограничиваются доступом к фильмам, мультфильмам и научным передачам. Пользователь получает открытый доступ ко многим полезным ресурсам информационного и развлекательного характера, таким, как погода, новости, прослушивание музыки online, социальные сети.

Исходя из всего перечисленного, становятся понятными проблемы развития Интернет – ТВ в современный период в Казахстане. Огромный ресурс, которого требует телевидение, предполагает создание разнообразных экранных произведений, рассчитанных на различные социальные и возрастные группы зрителей. Выбор конкретной ниши начинается не столько с анализа репертуара телевещателей, сколько с конкретных возможностей самого продюсера.

Существенной особенностью бюджетного телевидения был очевидный приоритет содержания телепрограммы над их формой. Отсутствие острой конкуренции, в первую очередь со стороны прокатчиков зарубежного телепродукта, и ограниченность эфирного пространства обусловили подобную специфику формирования программ российского телеэкрана. Современные же коммерческие телевещатели ориентируют продюсеров на совершенно иное выполнение социального заказа, и для большинства продюсеров форма создаваемого произведения первична. Требования предельной доступности для зрителя и зрелищности проектов обусловили причины появления таких скандальных проектов, как «Дом- 2», или «Империя страсти». То, что эти медиапродукты были восприняты казахстанским зрителем максимально негативно – это другой вопрос.

Сегодня перед большинством телепродюсеров стоит выбор: работать на ограниченном спонсорском рынке, разворачивая телецикл навстречу интересам рекламодателей, «уходить в Интернет», или бороться за более престижные эфирные позиции, опираясь на рынок зарубежных телеформатов. В современный период специфика того или иного телепроекта лучше всего воспринимается в контексте анализа всей отрасли телепроизводства. Прежде всего – это лицензионная форма запуска моделей телепрограмм в основном игрового характера, имеющих на западных каналах устойчивый коммерческий успех. Это известные и популярные телеигры «Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером», «Умники и умницы», и др. Одновременно в телепроектах Казахстана стали использоваться креативные решения, характерные для подобных зарубежных программ - например, «Форд Байяр» на НТВ. Например, шоу «40 миллионов тенге», которое является адаптацией формата Endemol The Money Group», завоевавшего зрительские симпатии в 11 странах мира. Или проект «Голос Казахстана» - казахстанская версия популярного формата «The voice», впервые увидевшего свет в Голландии в 2010 году.

Интернет – телевидение не создает новых жанров, тем не менее адаптирует уже известные жанры под специфику распространения контента. Это важно понимать тем, кто собирается работать на Интернет – ТВ.

Приведем в пример первое общественное Интернет-телевидение Казахстана - 101tv.kz. Это новый канал, который создан специально для Интернет – вещания. Как

указывают на сайте создатели Интернет - канала, «отличительная черта интернет-телевидения - это мобильность. На сайте 101tv.kz. всегда можно найти интересные репортажи, увлекательные розыгрыши, актуальные новости, юмористические мультфильмы на различные наболевшие темы и многое другое. Как указывают журналисты, «качественная и оперативная подача материала, объективность, соблюдение журналистской этики-основополагающие принципы нашего интернет - канала».

Отметим, что первое в Казахстане Интернет – телевидение имеет социальную направленность. Героями сюжетов и репортажей являются как простые граждане, так и люди, добившиеся больших высот в различных сферах деятельности. Кроме того, телеканал видит свою задачу в повышении правовой грамотности граждан, их роли в жизни государства, показывать те проблемы, которые волнуют тысячи казахстанцев.

В Казахстане наступило время для создания локального конкурентоспособного ТВ-контента, поэтому ожидается появление нишевых телеканалов.

Список литературы:

1. Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика. – М., 2012. – 246 с.
2. Бондаренко С.В. Тенденции изменения форм производства и потребления новых видов медийного контента (на примере мобильного телевидения) / СМИ и общество. Материалы Всероссийской конференции - М.: Издательство «Хроникер», 2016
3. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Уч. пособие для вузов. – [Электронный ресурс]: Режим доступа/<http://evartist.narod.ru/text11/42.htm>

Н. Прохорова, МУИТ

Научный руководитель – ассоц. проф. МУИТ **С.Н. Велитченко**

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНЦИИ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности визуализации контента в современных интернет - коммуникациях Автор рассматривает термин «визуализация», отмечает его специфику. Проанализированы научные труды по визуализации контента в конвергентных СМИ. Также рассмотрены средства визуализации контента. Отмечено, что с появлением визуализации происходит смена способа передачи информации:

Ключевые слова визуализация, инфографика, контент, конвергентные СМИ

В условиях конвергенции коммуникаций все больше изданий делают ставку на размещение информации в сети Интернет. Все это предполагает специфическое размещение материала. В частности, особое внимание уделяется визуализации контента, в том числе иллюстрациям, аудио и видеофайлам, инфографике.

Развитие информационных технологий стало причиной ежегодного порождения сотен терабайт информации в локальных и глобальных сетях. Внедряются различные механизмы для поиска нужной информации, однако эти средства эффективны тогда, когда пользователи имеют конкретную цель и понимают, какая информация как хранится. В остальных случаях помочь пользователю потенциально могут методы визуализации контента. Сегодня концепция визуализации контента ассоциируется со средством усиления ментальных процессов человека [1].

Под словом «визуализация» в современной научной мысли сегодня чаще всего понимается «графическое представление данных или идей». В общем понимании визуализированный контент представляет собой изобразительную форму сообщения [2]. Автор одного из электронных учебных пособий, перефразируя известное высказывание Р. Хэминга «цель вычислений - понимание (инсайт), а не числа» для случая визуализации, сформулировали следующее: «цель визуализации - понимание (инсайт), а не картинки» [3].

Визуализация предусматривает графическое представление определенного объема информации с помощью изображения. В некоторой степени это созвучно с креолизацией, которая сосредоточивает внимание собственно на изобразительных частях сообщения. В отличие от телевидения и интернет-технологий, в бумажных периодических выданных графические объекты не движутся, а потому большое внимание должно быть отведено опять же выбору цвета, формы и размера графического объекта. Анализ фактического материала показывает, что распространенным способом визуализации информации является иллюстрирование часть статьи или сообщения, поскольку сделать полное изложение материала только с помощью изображений будет не совсем логично и понятно.

К основным средствам визуализации контента в современном информационном пространстве мы можем отнести фотографии, информационную графику, видеосюжеты. Такие средства, как 3D-визуализация и потоковое онлайн-вещание используются значительно реже. В социальных медиа получили распространение мемы, коубы (зацикленные видео длиной до 10 с), анимированные фотографии, мини-игры. Среди гибридных способов представления контента мы можем выделить мультимедийные статьи (лонгриды). В последние годы получили распространение также технологии представления информации с использованием интерактивных карт. Все эти новые форматы объединяет отказ от текстоцентризма.

Известно, что изображение воспринимают и запоминают быстрее, чем вербальный текст. Исследования ученых также свидетельствуют, что «западная цивилизация стала значительно более зависимой от визуальной культуры, визуальных артефактов и визуальной коммуникации, как способов дискурса и средств развития социальной и культурной идентичности». Еще более показательным является факт, что люди не только общаются больше визуально, чем когда-либо, но именно таким образом они лучше и эффективнее обмениваются информацией.

Дж. Брунер, ученый-психолог из Нью-Йоркского университета, в своих исследованиях указывает, что эффективным способом общения является визуальный, поскольку люди помнят только 10% из того, что слышат, 20% из того, что читают, и около 80% того, что они видят и делают [4]. Это еще раз доказывает тот факт, что зрительный канал - самый мощный и способствует быстрому запоминанию.

Б. Бергстром замечает, что визуальная коммуникация охватывает три составляющих: оформление, графику и дизайн. «Дизайн имеет целью представить изображения и текст как единое целое, что сделает сообщение как можно более понятнее и привлекательнее» [5].

Визуализация контента — это мультидисциплинарная область, которая базируется на знании предметной сферы визуализируемых данных и процессов, понимании основ визуального восприятия человеком информации и владения математическими методами анализа данных. Главное, что с появлением визуализации происходит смена способа передачи информации: ранее в устной культуре были значимы смыслы, сегодня же акцент делается на детальном образном воспроизводстве реальности или того, что визуализированный контент в общем понимании - это контент изобразительный, что подтверждает журналистская наука, рассматривая различные аспекты изобразительной журналистики, однако и воспроизводимая печатными средствами вербализованная информация рассчитана на визуальное восприятие аудиторией. Визуального восприятия приобретают буквы, из которых состоят слова, их композиционное расположение и взаимодействие с другими элементами страницы. Следует различать понятия «визуального» и «визуализированного» контента. Визуальным есть все то, что человек воспринимает глазами.

Зрительная система человека способна быстро обрабатывать визуальные сигналы, а передовые информационные технологии превратили компьютер в мощное средство

управления цифровой информацией. Визуализация является мостом, связывающим зрительную систему человека и компьютер, помогая идентифицировать образы, строить гипотезы и извлекать идеи из огромных массивов данных, что способствует научному исследованию и прогнозированию.

Современные системы визуализации сосредоточены, в первую очередь, в статьях, размещаемых во Всемирной паутине: Интернет-трафик, блогосфера, взаимосвязи между людьми в социальных сетях.

Визуализированный контент – это наглядное выражение содержания, реализованное символьным языком информационное наполнение. Итак, можно утверждать, что единство формы и содержания и является визуализированным контентом, когда информация производится и потребляется в визуальной форме. Каждая культура формирует не только специфические символы, но и схему их восприятия и понимания, что определяется соотношениями эзотерического и экзотерического составляющих символа. Коммуникация требует понятных ее участникам символов, то есть каждый знак, шрифт, рисунок, цвет должны соответствовать значению, которое вкладывает в них читатель журнала, отображать атрибутивно-статусные признаки социальных, гендерных, возрастных, национальных, политических или профессиональных групп.

Коммуникация требует понятных ее участникам символов, то есть каждый знак, шрифт, рисунок, цвет должны соответствовать значению, которое вкладывает в них читатель журнала, отображать атрибутивно-статусные признаки социальных, гендерных, возрастных, национальных, политических или профессиональных групп.

В.В. Шеремет в своей работе «Типология медиаконвергенции» утверждает, что «инфографикой принято называть визуальную подачу информации, когда текст дополняет картинку, а не наоборот» [6]. Это толкование подтверждает функционирования инфографики в СМИ как самостоятельного жанра. Похожего мнения придерживается и П. Тарасенко, который определяет инфографику как «информационный элемент, выраженный с помощью изображения и типографских элементов, который позволяет понять или существенно облегчить понимание событий, действий или каких-либо важных аспектов и сопровождает или заменяет текстовую информацию» [7]. Как итог, можно привести более общее определение. «Инфографика - это интегрированная платформа, объединяющая различные направления деятельности. В узком смысле, инфографика является способом подачи информации, предоставляет возможность для интеграции различных составляющих в единое целое, в широком - это принципиально новый способ организации данных в условиях постоянно меняющегося информационного поля» [8].

Визуальная коммуникация как часть социальных коммуникаций является действенным способом воздействия на общество, ведь отражает разнообразие его культурных процессов. Таким образом, есть все основания утверждать, что визуализация является принципиально новой формой информационного сообщения, учитывает способности и вызовы времени, способна в значительной степени способствовать действенному обеспечению потребителей качественной, удобной для восприятия и исчерпывающей медийной продукцией.

Список литературы:

1. Распопова С. С. Автор мультимедийного текста // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. № 2. - С. 84–90
2. Данилкина И. И. Концепт визуализации воображения в творчестве как феномен культуры: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01 - Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина. — Тамбов, 2010. - С.6
3. Ганюшин А. А. Цифровая фотография в новых медиа [Электронный ресурс] URL: <http://www.zpu-journal.ru/ezpu/2013/5>
4. Брунер Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации. - М., 1977. - С.18
5. Bergstrom B. Essentials of Visual Communication / B. Bergstrom. – Published in 2008 by Laurence

6. Шеремет В.В. Типология медиаконвергенции // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2017. - №1. – С.132
7. Тарасенко П. Использование инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ// Журналист. Социальные коммуникации. - М.: Издательский дом «Журналист», 2014. - С. 97-99
8. Смирнова Н. Роль Инфографика в современном информационном бизнес-пространстве // Социально-гуманитарное знание: история и современность. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - Мурманск, 2017. - С. 304-305.

А. Кусаинова, МУИТ

Научный руководитель – ассоц. проф. МУИТ **С.Н. Велитченко**

ФАКТЧЕКИНГ В ЦИФРОВЫХ СМИ

Аннотация: Проверка фактов в современные дни является важным процессом, поскольку составляет основу для формирования медиаграмотности целевой аудитории. Вторым условием популярности проверки фактов в наши дни является цифровизация существующих сфер жизни, развитие новых технологий, а также роботизация некоторых процессов. Модернизация старых терминов в новые отдельные направления вынуждает разрабатывать новые методологические и теоретические труды

Ключевые слова: фактчекинг, проверка фактов, СМИ, цифровая журналистика

XXI век – это эпоха технической революции и трансформации общественного сознания. Новые тенденции диктуют СМИ свои условия работы. Многие издания в погоне за рейтингами перенимают тенденции цифровых платформ: публикуют фото из Instagram, работают с интернет – знаменитостями, пишут о популярных в сети проектах. Многие новостные издания переместились из газет в digital -формат, потому что из-за своей доступности и скорости онлайн - новости стали популярнее печатных издательств. Не секрет, что журналист работает с фактами, освещает события и интервьюирует людей. Рассматривая проблему, он высказывает ее с субъективной стороны. Он должен использовать множество источников информации, которая доступна в интернете. Но достаточно большая часть информации, которая есть во Всемирной паутине, может быть недостоверной. Однако сегодня многие журналисты и блогеры пренебрегают обязанностью проверить источник дважды, прежде чем пускать новость в сеть. В такие моменты нужно обращаться к проверке фактов - фактчекингу. Ведь не редкость, что источники оказываются лживыми, или ситуация была показана лишь с одной стороны, но даже серьезные телеканалы и медиа-порталы опубликовали эти новости, не посчитав нужным их проверить.

«Фактчекинг» в базис профессиональных понятий журналиста попал достаточно недавно. Однако за этим иноязычным понятием скрывается главная миссия любого «служителя пера» - сообщать и передавать информацию, отражающую реальную действительность. Так зачем тогда такое название, если можно ограничиться выражением «проверка фактов»?

Проблема уходит корнями в определение границ «журналиста». Около 10 лет назад журналистом считался любой работник редакции с профильным или около профильным образованием. Однако модернизация информационного пространства, а именно появление социальных сетей, мессенджеров, изменили этот процесс. Массивный блок в виде «социальных сетей» стал выполнять функцию некоего информационного фильтра новостного потока. «Лидеры мнений» и «блогеры» в наши дни — это не только часть этой культуры, но и создатели массовых убеждений. Теперь снимки обычных прохожих, репортажи популярных блогеров стали более ценным продуктом, чем снимок корреспондента редакции. Именно высокая скорость распространения информации привела к тому, что информацию нужно проверять более тщательно. Это обособило

процесс проверки фактов и вывело его в отдельное направление – фактчекинг. Главная задача фактчекинга – установление истинных фактических данных, выявление манипуляции и борьба с тезисами популизма. Чтобы проверить достоверность тех или иных личностей, фактчекер использует информацию только из официальных государственных источников, общепризнанных международных организаций, официальные ответы государственных органов и экспертные комментарии, если таковые опираются на первоисточники. Фактчекер не пользуется инсайдерской информацией, прогнозами, гипотезами, предположениями. Редакционная политика фактчекинг-ресурсов предусматривает определенный алгоритм работы с аргументами и доказательной базой, а также имеет критерии оценки высказываний. На основе полученных данных фактчекеры создают рейтинги лжи.

Фактчекинг использует методы исследования экономических тезисов, но более упрощенные: сравнение, моделирование и опровержение.

Сравнение - метод при помощи которого, факт сопоставляется с ранее известной информацией, для того чтобы узнать отличия и сходства. С помощью этого метода изучаются тенденции, закономерности, динамика и изменения. Сравняются и документы, и статистические данные. В первом случае происходит сравнение содержания нескольких документов, во втором – заявление, в котором есть цитата на документ, сравнивается с непосредственным содержанием документа. Если речь идет о сравнении статистических данных, то они сопоставляются с первоисточником. Когда тезис требует более детального анализа, необходимо соблюдать следующие правила:

- объекты / явления / факты должны быть сопоставимы по качественным, структурным показателям, условиям и времени появления;
- должна быть предоставлена информация об объектах / явлениях / фактах / данных;
- указать вид сравнения: статистический, динамический или пространственный;
- необходимо определиться со шкалой сравнения тех или иных величин.

Моделирование

Если материал содержит конкретный факт, но его доказательство вызывает затруднение, используется метод моделирования. Этот метод можно использовать как совместно с другими, так и отдельно. Метод моделирования совмещает теоретический и практический подход, когда вместо объекта используется модель. Информация от нее проецируется на основной предмет изучения.

При использовании метода моделирования очень важно следующее:

- события / явления / процессы должны иметь признаки, которые можно сопоставить;
- параметры и условия моделирования должны быть близкие к реальности;
- критерии и параметры, которые участвуют при создании модели должны быть характерны для оригинала;
- при переносе с модели на оригинал могут возникнуть мелкие неточности;

Опровержение

Опровержение – один из главных методов в фактчекинге. Опровержение – это рассуждение которое устанавливает недостаточность, ошибочность и несостоятельность тезиса. Опровержение применяется к тезисам, аргументам и демонстрации. В результате опровержения тезиса признается его ошибочность или ложность. Опровержение аргументов – устанавливает ошибочность тезиса

путем установления ложности аргументов. Если опровержению подвергается демонстрация, результатом опровержения становится обнаружение ошибок в выведении тезиса из аргументов. [1]

Fake news, в которых речь идет об определенном бренде, могут получать широкий охват в СМИ и соцсетях. Это бесплатный пиар.

Пример вымышленной истории: 26-летний индиец подал иск на Unilever, производителя бренда Ахе, за «обман» и «душевные страдания». Истец 7 лет пользовался

продукцией, но так и не смог привлечь девушек, хотя на это намекала реклама. Мужчина якобы пошел в суд после того, как горничная избила его: он предстал перед ней голым, обработанным Ахе и готовым на все [2].

Сразу видно, что новость смешная и неправдоподобная. Однако ее перепечатали многие СМИ, в частности, Lenta.ru и KP.UA.

Эту технологию могут использовать и конкуренты для ведения маркетинговой войны. Ущерб может быть серьезным.

Какие ошибки совершил журналист?

- Невнимательно проверил фактические данные;
- Не воспользовался официальными источниками;
- Выбрал ненадежный первоисточник.

Еще один пример. Тема: «Травля клещей и комаров белым дымом в Алматы» [3].

В сети, рассылках в мессенджерах и впоследствии на сайте total.kz появились сообщения о проводимой травле комаров и клещей с помощью «холодного тумана» из-за чего жителей якобы просят держать свои форточки закрытыми с 22.30 до 00.00 Вердикт: Ложь. Во-первых, слово «дератизация», использованное в рассылке, может относиться только к уничтожению грызунов, уничтожение насекомых называется «дезинсекция». Во-вторых, сообщение рассылалось в нескольких городах Казахстана, и было быстро опровергнуто, например, акиматом Павлодара и службой дезинфекции городок Алматы. Никаких подобных работ не планируется. Позже, на total.kz было опубликовано опровержение предыдущей публикации, где говорится, что на самом деле травля насекомых пройдет в районе «Байқоңыр» города Астаны. Доказательством приводится скрин публикаций с официальной страны Facebook аппарата акима района «Байқоңыр». На данный момент, оригинал публикации сообщения со страницы аппарата акима района «Байқоңыр» удалён. Таким образом, не подтверждается информация об уничтожении насекомых ни в одном городе Казахстана, в которых была сделана рассылка.

Какие ошибки совершил журналист?

- Невнимательно проверил фактические данные;
- Не воспользовался официальными источниками;
- Выбрал ненадежный первоисточник.

Таким образом, можно сделать вывод, что современное медиaproстранство наполнено фейковыми новостями и это приобретает огромный размах. Новости с низкой степенью правдивости и достоверности все чаще играют большую роль в формировании общественных взглядов, именно поэтому борьба с фейками и фактчекинг выходят на первый план.

Таким образом, можно утверждать, что грамотно проведенный фактчекинг позволяет сделать качественный контент с учетом таких факторов, как беспристрастность, точность, объективность, а также позволить сохранить успешность издания, его репутацию и доверие аудитории.

Новые понятия, вроде «фактчекинга» позволяют не только систематизировать существующие знания в отдельный формат, но и ввести правила работы с ним, его законы и концепцию. Понимание термина «фактчекинг» современными медиаспециалистами дает объяснение фактчека как механизма, который отделяет качественную журналистику от непрофессиональной и «желтой», разграничивает фактическую и достоверную информацию от фейков и иных производных пост-правды.

Список литературы:

1. Гороховский А. Фактчекинг как тренд журналистских расследований: возможности и перспективы. – Практ. Пособие. – М., 2017
2. <https://www.factcheck.org/2019/04/notre-dame-fire-fuels-anti-muslim-conspiracy-theory/>
3. <https://texterra.ru/blog/rukovodstvo-po-faktchekingu-pechalnye-primery-chek-listy-i-instrumenty.html>

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

***Аннотация:** Современное развитие медиаиндустрии предполагает ее переход в цифровую среду. При этом большую роль играет умение адаптировать и внедрять последние достижения информационного мира. В этом аспекте в статье освещен способ модернизации традиционных СМИ с использованием инновационных методов продвижения.*

***Ключевые слова:** цифровизация, цифровая среда, медиаиндустрия, пресса, телевидение*

Технический прогресс неудержим, он проникает во все области жизни, изменяет способы общения и организации труда, формы обучения и досуга. Для улучшения качества жизни и повышения уровня личностной эффективности был придуман процесс «цифровизации», который предполагает преобразование информации в цифровую форму.

Brennen и Kreiss рассматривают цифровизацию как «способ реструктуризации многих областей социальной жизни вокруг цифровой коммуникации и медиа-инфраструктур» [1]

Информационный словарь Gartner характеризует понятие цифровизации как «использование цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей получения прибыли и создания ценности» [2]

Если рассматривать понятие «цифровизации» в широком смысле, то оно обозначает тренд эффективного мирового развития. Однако должно соответствовать некоторым требованиям, например, охватывать производство, бизнес, науку, социальную сферу, а также обычную жизнь простых граждан. Еще одним важным условием правильного развития цифровизации является доступность цифровой информации для всех слоев населения, умение использовать ее в повседневных нуждах.

В контексте медиасистем цифровизация играет значительную роль. Цифровизация медиа подразумевает под собой практически полный перевод творческой деятельности журналистов, медиапредприятий, медиаотрасли на «цифру» в создании, распространении и хранении информации какого-либо традиционного СМИ. Переход на цифровой формат преобразует прессу, адаптирует радио, перестраивает музыкальную индустрию, трансформирует рекламу, создает новые явления, например, виртуальная реальность, онлайн-медиа, или социальные сети.

В Казахстане за процесс преобразования информации в цифровой вид отвечает государственная программа «Цифровой Казахстан», предложенная в 2017 году. Она предполагает возможность развития в цифровой среде практически всех направлений жизнедеятельности государства. [3]

В июне 2017 года Правительством РК была утверждена Концепция кибербезопасности («Киберщит Казахстана»). Она определяет основные направления реализации государственной политики в сфере защиты электронных информационных ресурсов, информационных систем и сетей телекоммуникаций, обеспечения безопасного использования информационно-коммуникационных технологий. [4]

Ориентировочно общий процесс «оцифровки» государства будет завершен в 2021-2022 годах. Однако уже сейчас нельзя не отметить практический опыт модернизации в цифровой среде таких гигантов медиа индустрии Казахстана, как газета «Бизнес и Власть» и 7 телеканала.

В современном мире цифровизация прессы — это вынужденная мера, которая продиктована условиями цифровой среды. Чтобы выпустить в тираж газету высокого качества необходимо затратить немало средств. Массовая вырубка деревьев для производства бумаги также вынуждает создателей газетных изданий задуматься о целесообразности выпуска принт-версии.

Газета «Бизнес&Власть» долгое время была еженедельником, который был нацелен на широкую читательскую аудиторию, охватывающую частных предпринимателей, политиков, государственных служащих, менеджеров национальных компаний и бюджетных организаций, иностранных специалистов и дипломатов. Ранее выпускалась в киосках и магазинах, позднее на бортах самолетов компании Air Astana. Высокие цены на типографию, снижение спроса на печатную версию, а также глобальная цифровизация побудили создателей к ребрендингу. В 2018 году было принято решение - развивать "Бизнес&Власть" - www.and.kz как онлайн-издание.

В современной концепции теперь уже интернет-издания www.and.kz, главным образом, в качестве методов продвижения фигурируют такие понятия как «трендвотчинг» и «брендинг».

Трендвотчинг – отслеживание трендов, мейнстримов, формирующих общество, бизнес-среду, государство. Впервые проект по трендвотчингу появился в 2002 году и был основан командами в Лондоне, Нью-Йорке и Сингапуре. Они помогают профессионалам В2С в более чем 180 странах мира найти новые ответы на важнейший вопрос в бизнесе: «Что будут хотеть мои клиенты дальше?» [5] Именно это направление продолжает газета «Бизнес&Власть» (интернет-издание www.and.kz) при помощи мессенджеров, социальных сетей и «веб-серфинга».

Издатель «Бизнес&Власть» объясняет, что «деловая среда – это уникальный и бесконечный источник знаний, кейсов, практик, опыта, идей. И мы уверены, что успешное прохождение перемен возможно, когда бренды, используя все свои накопленные компетенции, помогают потребителям в развитии. За что благодарим экспертов и специалистов разного профиля за интервью, комментарии, советы, мнения, кейсы, выступления, неформальное общение, терпимость к нашим не всегда умным вопросам» [6]

Согласно исследованию президента общественного фонда "Центр социальных и политических исследований "Стратегия" Гульмиры Илеуовой основным источником информации для казахстанцев всё еще остается телевидение. [7] Рассмотрим 7 телеканал как современного представителя телевидения, активного развивающего в цифровой среде.

7 телеканал на казахстанском медиапространстве всегда выделялся своей любовью к переменам и открытостью к инновациям.

До 2014 года на 7 телеканале работала собственная служба новостей. Там использовался новый формат новостей для Казахстана. Ведущие не просто читали новостные заметки, а рассказывали историю уходящего дня, включая собственные анализы и выводы.

В конце 2014 года произошел «технобум» 7 телеканала. С октября 2014 года запущено интернет-вещание «Седьмого канала» на сайте и в мобильных приложениях казахстанских провайдеров GalamTV, IDTV, Kaztube, Bee TV.

Мауру Бедэ характеризует интернет телевидение как «результат смешения различных входящих источников вещания (цифровое спутниковое ТВ, цифровое наземное ТВ, кабельное ТВ, открытое телевидение, центральное телевидение, интернет-телевидение прямого вещания, социальное интернет-телевидение (любительское, бесплатное), видеоконференции и видео-чаты, другие цифровые источники (Webcam)» [8]

В 2015 году в Казахстане в шоу BOOM впервые была использована технология «двойного экрана». Второй экран - это технология, позволяющая зрителю получать дополнительную, расширенную информацию о вещаемом контенте, транслируемом на другом устройстве, например, телевизоре, и даже использовать её в интерактивном режиме на мобильных устройствах (смартфоне/планшете). В шоу BOOM зрители имели возможность сыграть в игру дома на диване - через одноименное приложение со вторым экраном на платформе Android.

Что касается имиджевой стратегии, 7 телеканал позиционирует себя на данный

момент как развлекательно-семейный. Упор делается на производство качественного контента собственного производства, особенно приоритетным направлением пользуется создание современного казахскоязычного контента.

22 февраля 2016 года «Седьмой канал» сделал полный ребрендинг, обновив эфирное оформление, логотип, концепцию и сайт. А в 2019 году 7 телеканал перешел на новый цифровой формат вещания 16:9.

16:9 — современный формат изображения, соответствующий пропорциям экрана телевизоров последнего поколения. Картинка при данном формате полностью заполняет экран современных телевизоров без растягивания самого изображения и так называемых «черных полос». На сегодняшний день формат 16:9 это мировой индустриальный стандарт для телевизоров и в большинстве стран мира именно этот формат является стандартным для цифровых каналов. [9]

В настоящий момент самое главное техническое преимущество 7 канала – это возраст оборудования. Летом 2019 года была произведена полная модернизация эфирной и аппаратной и сейчас 7 канал имеет самое современное оборудование в Казахстане.

В отношении продвижения 7 телеканал также далеко впереди. В сентябре 2019 года генеральным директором Алией Бабаевой и студентками Международного университета информационных технологий специальности «Электронная журналистика» было принято решение о создании корпоративного издания (книги) в жанре сторителлинг для дальнейшего продвижения, популяризации и укрепления позиций бренда 7 телеканала.

Van Laer обозначал сторителлинг как «вездесущую часть социальной жизни человека с тех пор, как люди смогли осмысленно общаться друг с другом» [10]

Ettl-Huber уточняет, что «благодаря своей уникальности каждая история потенциально оказывает влиятельное и вдохновляющее воздействие. Тем не менее, все они имеют общую настройку с точки зрения структуры» [11]

Davenport разъясняет, что «популярность историй обусловлена тем, что в настоящее время в мире, насыщенном информацией, внимание реципиента стало дефицитом, и как любой ограниченный ресурс, оно стало товаром, который продается и покупается в конкурентной среде» [12]

Книга о 7 телеканале – проект уникального корпоративного издания, который планируется также оснастить собственным QR кодом для возможности просмотра в электронном формате.

В заключении можно отметить, что цифровая среда казахстанского медиапространства – это плотный фундамент для различного рода медиа экспериментов и опытов. Журналист, умеющий сочетать в себе знания основ традиционных СМИ, маркетинговой стратегии, таких понятий, как «ребрендинг» и «продвижение»; имеет азы в анализе современного интернет-пространства, способен создать качественный медиaproдукт для цифровой среды медиапространства Казахстана.

Список литературы:

1. Brennen, J. S. and Kreiss, D. (2016). Digitalization. In *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (eds K. B. Jensen, E. W. Rothenbuhler, J. D. Pooley and R. T. Craig).
2. <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitalization>
3. Государственная программа «Цифровой Казахстан» 2018-2022
4. <https://strategy2050.kz/ru/news/52085/>
5. <https://trendwatching.com/>
6. and.kz
7. <https://informburo.kz/stati/rejtingi-kazahstanskih-telekanalov-padayut-pochemu-eto-proishodit.html>
8. Бедэ Мауру К вопросу о типологии жанров сетевого вещания // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2009. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k->

voprosu-o-tipologii-zhanrov-setevogo-veschaniya (дата обращения: 25.11.2019).

9. <http://tv7.kz/ru/>

10. Van Laer, T.; De Ruyter, K.; Visconti, L.; Wetzels, M. (2013): The extended transportation-imagery model: A meta-analysis of the antecedents and consequences of consumers' narrative transportation, in: Journal of Consumer Research, 40 (5), 797-817.

11. Ettl-Huber, S. (2014): Storytelling in der Organisationskommunikation: Theoretische und empirische Befunde, Springer, Wiesbaden.

12. Davenport, T. H. The Attention Economy. Understanding the new currency of business / Т. Н. Давенпорт, J. С. Бек. – Boston: Harvard Business Review Press, 2001. – 255 p

Ж.Р. Аманжолова МУИТ

Магистратура, 1 курс, ИС

А.Н. Молдагулова МУИТ

И.О. Профессор **Д.Д. Жаксыгулова**

ГУ им. Шакарима г. Семей, Ст. Преподаватель

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МЕДИЦИНЕ: РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Аннотация. Изменения в здравоохранении являются фундаментальной частью социальной и интеллектуальной эволюции. Оцифровка в медицине уже приветствуется некоторыми как революция, в то время как другие всеещесклонны относиться к ней более критически. Однако, по мере того как цифровизация продолжает развиваться, появляются новые решения для здравоохранения. В статье рассматривается процесс цифровизации и применение информационных технологий в сфере здравоохранения в мире в целом и Республике Казахстан в частности. После анализа отечественных и зарубежных тенденций развития цифровой медицины были предложены основные направления цифровизации и их внедрения в Республике Казахстан.

Ключевые слова: цифровизация, медицина, система здравоохранения, электронное здравоохранение, цифровые технологии, медицинские информационные системы, информатизация, оптимизация.

ВВЕДЕНИЕ В современном мире информационные технологии проникли во все отрасли человеческой деятельности. В наше время каждый аспект бизнеса осуществляется с помощью цифровых инструментов. Такие цифровые преобразования произвели революцию в обслуживании клиентов, повысили конкурентоспособность бизнеса и способствовали распространению информационных технологий на мировом рынке.

Цифровизация - это не технология и не продукт, это подход к использованию цифровых ресурсов для преобразования работы организации. Она подразумевает переопределение технологий для усовершенствования рабочей среды сотрудников, взаимодействия с участниками деятельности современного распределенного предприятия. Цифровизация значительно повышает производительность и охват компании и является одним из главных приоритетов для организаций по всему миру [1].

В настоящее время одним из наиболее важных областей где используются информационные технологии является медицина. Она известна как информационные технологии здравоохранения и отвечает за улучшение качества предоставления медицинских услуг населению.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ МЕДИЦИНЫ Главное направление в цифровизации здравоохранения – это разработка гаджетов и введение электронных карт, которые позволят удаленно мониторить состояние здоровья пациента.

Внедрение специальных цифровых алгоритмов поможет врачам точнее устанавливать диагноз и назначать правильное лечение. А введение электронных карт больного позволяет всегда иметь доступ к его истории болезни.

Цифровизацию можно рассматривать как тренд эффективного развития здравоохранения только в том случае, если цифровая трансформация информации будет сопровождаться эффективным использованием информации, ее результатами будут пользоваться не только специалисты, но и рядовые граждане, пользователи цифровой информации будут иметь навыки работы с ней [2].

Несмотря на многие обстоятельства, мешающие процессу цифровизации в здравоохранении, все больше учреждений обращается к цифровым способам обработки данных. Главные преимущества цифровизации – это простота и точность получения услуг, автоматизация рабочих процессов, сведение к минимуму влияния человеческого фактора. Цифровизация помогает избавиться от обилия бумажной документации, благодаря хранению данных в электронном формате [3].

Одним из достижений современного здравоохранения является появление медицинских информационных систем (МИС). Сегодня МИС осуществляют сбор, обработку и хранение медицинской информации. Они предоставляют обширную информацию о здоровье пациента, которую можно использовать для улучшения процесса лечения.

Применение информационных технологий в западной медицине началось еще в 50-е. Изначально в больницах компьютеры предназначались для автоматизации финансовых процессов и статистического учета больных. В 70-х годах началась вторая волна компьютеризации деятельности медицинских учреждений: технологии позволяли упорядочить кадровый учет, а также работу с поставщиками и сторонними организациями. Это дало возможность создать мощную медицинскую инфраструктуру, которая используется и поныне в таких развитых странах, как США, Германия и Великобритания. Сегодня специалисты говорят о третьей волне компьютеризации в медицине. Полная автоматизация процессов, анализ состояния пациентов, новые методы операционного вмешательства – вот что могут предложить современные технологии. Использование этих возможностей поможет врачам сконцентрироваться на вещах первостепенной важности – уходе за пациентами и научной деятельности [4].

По мнению сотрудников американского института медицинских записей (Medical Records Institute, USA), фактически можно выделить 5 различающихся уровней компьютеризации для МИС [5].

Первым уровнем МИС являются автоматизированные медицинские записи. Этот уровень характеризуется тем, что только около 50% информации о пациенте вносится в компьютерную систему, и в различном виде выдается ее пользователям в виде отчетов.

Вторым уровнем МИС является система компьютеризированной медицинской записи. Медицинские документы (распечатки, сканограммы, топограммы), которые ранее не вносились в электронную память, индексируются, сканируются и запоминаются в системах электронного хранения изображений.

Третьим уровнем развития МИС является внедрение электронных медицинских записей. Электронная медицинская запись играет активную роль в процессе принятия решений и интеграции с экспертными системами.

Четвертым уровнем развития МИС называют системами электронных медицинских записей. В записях пациента содержится вся соответствующая медицинская информация, источниками которой могут являться как одно, так и несколько медицинских учреждений.

Пятым уровнем развития МИС называют электронную запись о здоровье. Она отличается существованием практически неограниченных источников информации о здоровье пациента.

В медицинских учреждениях Республики Казахстан постепенно внедряются МИС.

Казахстанцы с 1 июля 2018 года перешли полностью на ведение записи пациентов на безбумажной основе. С 1 января 2019 года стопроцентно все медорганизации, оказывающие услугу по бесплатной медпомощи, ведут запись только в информационных системах, исключая бумажное дублирование ведения этих записей. Пациентам при себе нужно иметь только удостоверение личности [6].

Рынок МИС активно растет, поэтому руководству медицинских учреждений приходится решать вопрос выбора МИС. Для сравнения были выбраны следующие системы: Damumed, 1С:Медицина, Авиценна и Ng Soft.

«Damumed» это быстрый доступ к своей медицинской организации для записи себя и своих членов семьи на прием к врачу, вызова врача на дом и просмотра ваших медицинских документов (см. рис.1). Функции: Запись на прием к врачу; Мои записи; Мои вызовы; Мои рецепты; Больничные листы; Тревожная кнопка; Лабораторные исследования; Мои направления и др. [7].

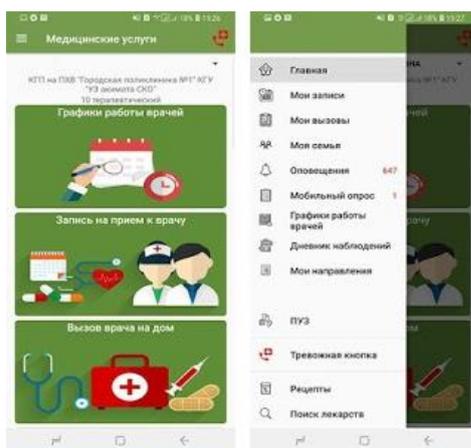


Рисунок 1 – Интерфейс приложения «Damumed»

«1С:Медицина для Казахстана. Поликлиника» предназначено для автоматизации основных процессов медицинских организаций, оказывающих медицинскую помощь в амбулаторно-поликлинических условиях (см. рис.2). Позволяет создать единое информационное пространство с разделением доступа к данным по ролевому принципу [8].

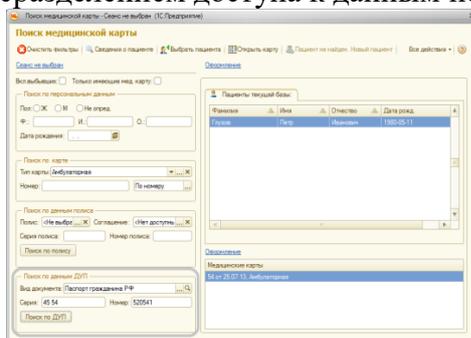


Рисунок 2 – Интерфейс продукта «1С:Медицина. Поликлиника»

«Авиценна» - комплексная МИС для автоматизации медицинских организаций: больницы, поликлиники, роддома и т.д (см. рис.3). Функции: Голосовой ввод, Голосовое управление, Компьютерное зрение, Внедрение передовых западных практик и методик через МИС [9].

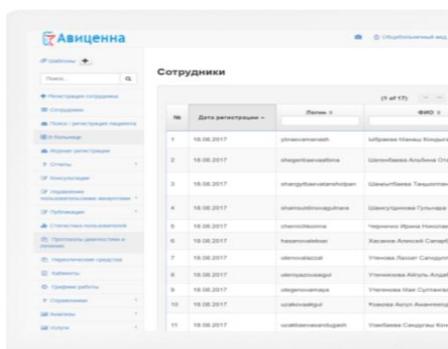


Рисунок 3 – Интерфейс МИС«Авиценна»

Система «Ng Soft» - комплексная автоматизированная МИС (см.рис.4). Автоматизирует всю клинику с регистратуры до финансового отдела. МИС предоставляет профессиональную внутреннюю оптимизацию и правильную организацию работы медицинского учреждения [10].

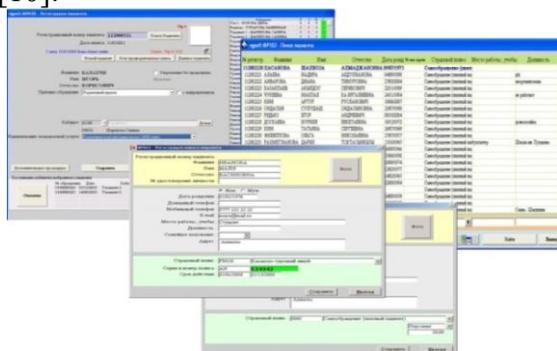


Рисунок 4 – Интерфейс МИС«Ng Soft»

При анализе МИС учитывались удобства использования каждой категорией пользователей. Для сравнения информационных систем по функциям была составлена таблица (см.табл.1).

Таблица 1 – Сравнительная оценка наличия функций в существующих МИС

| Функции | Damumed | 1С:Медицина | Авиценна | NgSoft |
|-------------------------------|---------|-------------|----------|--------|
| Регистрация пациента | + | + | + | + |
| Электронная медицинская карта | + | + | + | + |
| Назначения | + | + | + | + |
| Больничный лист | + | + | - | - |
| Кабинет врача | + | + | + | + |
| Запись на прием к врачу | + | + | + | + |
| Профилактические осмотры | + | + | + | + |
| Финансы | - | + | + | + |
| Личный кабинет пациента | + | + | - | - |
| Терминал самообслуживания | + | - | - | + |

Все выбранные МИС распространяются на территории РК. Наибольшее количество внедрений имеет продукт «1С:Медицина».

Анализ МИС показал, что для врача наиболее удобными будут продукты «1С:Медицина» и «Ng Soft». В данных МИС есть возможность получения медицинским работником полной истории болезни пациента и возможность вести учет использованных инструментов.

В целях ведения хозяйственной деятельности, а также финансовых вопросов, будут полезны МИС: «Авиценна» и «1С:Медицина». «1С:Медицина» используется на предприятиях различного масштаба, что делает ее наиболее доступной и, с точки зрения затрат на оснащение медицинского учреждения информационными

системами,экономичной.

Для пациентов наиболее удобным в использовании является «Damumed», так как имеет большой диапазон возможностей для связи с учреждением без дополнительного визита.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ Таким образом, каждая информационная система имеет свои достоинства для определенной группы потребителей. Поэтому, при выбореМИС, необходимо выбирать приоритетную позицию пользователя для наиболее полного использования всех имеющихся функций.

Можно с уверенностью сказать, что из-за цифровизации электронное здравоохранение Казахстана стремительно меняется в лучшую сторону. Сравнивая отечественный и зарубежный уровень развития информационных технологий, следует заметить, что здравоохранение догоняет в своем многолетнем отставании ушедшие далеко вперед страны. Развитие цифровых технологий не стоит на месте. Нужно идти в ногу со временем и стремиться усовершенствовать медицину Казахстана, применяя самые современные технологий. Поэтому введение информационных технологий является всеобщей задачей усилий государства и общества.

Список литературы

1. КерравалаЗ. 10 главных принципов построения сети для цифровизации [Электронный ресурс]//ZK Research. Подразделение Kerravala Consulting. –Февр.,2016. URL: https://www.cisco.com/c/dam/global/ru_kz/solutions/enterprise-networks/digital-network-architecture/pdf/nb-04-dna-zk-research_10_networking_priorities-cte-ru.pdf (дата обращения 27.11.2019).
2. Халин В. Г., Чернова Г. В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски//Управленческое консультирование. 2018. №10.С. 46-63.
3. Цифровизация и ее место в современном мире [Электронный ресурс]// -Нояб.,2019. URL: <https://www.gd.ru/articles/10334-tsifrovizatsiya> (дата обращения 27.11.2019).
4. Цифровое будущее здравоохранения [Электронный ресурс]//Forbes Kazakhstan. – Сентябрь,2014. №37.URL: https://forbes.kz/process/medicine/tsifrovoe_buduschee_zdravoohraneniya/ (дата обращения 28.11.2019).
5. Уровни медицинских информационных систем [Электронный ресурс]// URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31917105#pos=0;0 (дата обращения 28.11.2019).
6. В Казахстане с 1 июля отменяют амбулаторные карты пациентов [Электронный ресурс]// Informburo. 2018. URL: <https://informburo.kz/novosti/v-kazahstane-s-1-iyulya-otmenyat-ambulatornye-karty-pacientov.html> (дата обращения 28.11.2019).
7. Damumed [Электронный ресурс]// URL:<http://www.cit-damu.kz/> (дата обращения 29.11.2019).
8. 1С:Медицина для Казахстана. Поликлиника [Электронный ресурс]// URL: <https://1c.kz/v8/prod-kz/clinic/index.php> (дата обращения 29.11.2019).
9. Авиценна [Электронный ресурс]// URL:<http://avicenna.online/> (дата обращения 29.11.2019).
10. Ng Soft[Электронный ресурс]// URL: <http://www.ngsoft.kz/> (дата обращения 29.11.2019).

М.Г.Нурлан, студентка
специальности журналистики в МУИТ
Научн.руководитель, к.ф.н., проф. **А.А. Ниязгулова**

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ МЕДИА-КОНТЕНТА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Аннотация: в данной статье рассмотрены главные причины создания социальных сетей и их видов, для чего они нужны медиа в эпоху модернизации и как их продвигать через новые тенденции маркетинга.

Ключевые слова: способы продвижения через социальные сети, контекстная реклама, будущее маркетинга.

Так как Интернет является совершенно новой коммуникационной средой в отличие от традиционных средств, то чаще всего многие методы и средства традиционного маркетинга не находят применения в их текущей форме. Если в обычной модели маркетинга используется пассивная модель, нисходящая на потребителя, то продвижение товаров и услуг в Интернете – это более специализированное направление, где все может происходить наоборот. Социальные сети используются миллиардами людей во всем мире и быстро стали одной из определяющих технологий нашего времени. Например, Facebook сообщил, что по состоянию на 31 марта 2019 года в нем было 2,38 миллиарда активных пользователей в месяц и 1,56 миллиарда активных в день (Facebook 2019). Во всем мире общее число пользователей социальных сетей, по оценкам, вырастет до 3,29 миллиарда пользователей в 2022 году, что составит 42,3% населения мира (eMarketer 2018). Учитывая огромную потенциальную аудиторию, которая проводит много часов в день, используя социальные сети на различных платформах, неудивительно, что маркетологи используют социальные сети в качестве маркетингового канала. В академическом плане социальные сети также получили широкое распространение, и был разработан обширный объем исследований по маркетингу в социальных сетях и смежным темам, таким как онлайн-сарафанное радио (WOM) и онлайн-сети. Несмотря на то, что ученые и практики изучали и изучали по этой теме за последние 15–20 лет, из-за быстро меняющейся и постоянно меняющейся природы социальных сетей и того, как их используют потребители, будущее социальных сетей в маркетинге и журналистике может и не быть просто продолжением того, что мы уже видели. Поэтому мы задаем соответствующий вопрос, каково будущее медиа-контента в социальных сетях и как маркетологам продвигать это?

Решение этого вопроса является целью данной статьи. Важно рассматривать будущее социальных сетей в контексте поведения потребителей и маркетинга, поскольку социальные сети стали жизненно важным каналом маркетинга и коммуникаций для предприятий, организаций и учреждений, в том числе в политической сфере. Кроме того, социальные медиа имеют культурное значение, поскольку для многих они стали основной областью, в которой они получают огромное количество информации, делятся контентом и аспектами своей жизни с другими и получают информацию об окружающем их мире (хотя эта информация может быть сомнительной точности). Жизненно важно, что социальные медиа постоянно меняются. Социальные сети, какими мы их знаем сегодня, отличаются от того, что было даже год назад (не говоря уже о десятилетиях назад), а социальные сети через год, вероятно, будут отличаться от нынешних. Это связано с постоянными инновациями, происходящими как на технологической стороне (например, на основных платформах, постоянно добавляющих новые функции и услуги), так и на стороне пользователя / потребителя (например, люди, находящие новые применения для социальных сетей) в социальных сетях.

Так что такое социальные медиа? Определенно, о социальных сетях можно думать

несколькими различными способами. В практическом смысле это набор программных цифровых технологий, обычно представляемых в виде приложений и веб-сайтов, которые предоставляют пользователям цифровую среду, в которой они могут отправлять и получать цифровой контент или информацию через какую-либо социальную сеть онлайн. В этом смысле мы можем рассматривать социальные сети как основные платформы и их функции, такие как Facebook, Instagram и Twitter. Мы можем также на практике представить социальные сети как еще один тип цифрового маркетингового канала, который маркетологи могут использовать для общения с потребителями посредством рекламы. Но мы также можем думать о социальных сетях более широко, рассматривая их не столько как цифровые медиа и конкретные технологические сервисы, а скорее как цифровые места, где люди проводят значительную часть своей жизни. С этой точки зрения это означает, что в социальных сетях становится меньше о конкретных технологиях или платформах, а больше о том, что люди делают в этих средах. На сегодняшний день это, как правило, касается обмена информацией, а в маркетинге часто рассматривается как форма (онлайн) из уст в уста (WOM). Для сферы журналистики приходится ломать себя, свои устоявшие правила, так как здесь это уже не работает. В Интернете важна точность, быстрота, корректность, подать интересно и вкусно также важно не меньше. Правила, которые были в традиционных медиа, радио и телевидении не имеют веса, в новых площадках важен намного креатив.

Опираясь на эти определения перспектив и думая о будущем, мы рассматриваем социальные медиа как технологически ориентированную, но не полностью технологическую экосистему, в которой разнообразный и сложный набор поведений, взаимодействий и обменов включает различные виды взаимосвязанных субъектов (отдельные лица и фирмы, организации и учреждения). Социальные медиа широко распространены, широко используются и культурно значимы. Эта точка зрения на определение является преднамеренно широкой, потому что мы считаем, что социальные медиа по сути стали почти всем - контентом, информацией, поведением, людьми, организациями, учреждениями - которые могут существовать в взаимосвязанной сетевой среде, где возможна интерактивность. Он превратился из простой онлайн-версии поведения и создания и обмена контентом / информацией. Он широко распространен в обществах (и географических границах) и культурно заметен как на местном, так и на глобальном уровнях.

Помимо описания характера и быстрого распространения социальных сетей, мы определяем направления исследований, которые ученые и практики могут пожелать изучить. Хотя невозможно точно предсказать, что ожидает нас в будущем, или спроецировать их на конкретную временную шкалу, мы организовали возникающие темы в три прогрессирующие по времени волны в соответствии с неизбежностью воздействия (то есть, непосредственное, ближнее и дальнее развитие) будущее. Перед тем, как представить нашу концепцию будущего социальных сетей в журналистике и продвижения в маркетинге и ее влияния на исследования (а также на практику и политику), мы дадим обзор того, как социальные сети в настоящее время выступают в качестве основного медиа и маркетингового канала.

Социальные сети в настоящее время. Нынешний ландшафт социальных сетей имеет два ключевых аспекта. Во-первых, это платформы - основные и второстепенные, созданные и развивающиеся, которые предоставляют базовые технологии и бизнес-модели, составляющие отрасль и экосистему. Во-вторых, варианты использования; то есть как разные люди и организации используют эти технологии и для своих собственных целей.

Рост социальных сетей и то, как они повлияли как на поведение потребителей, так и на маркетинговую практику, во многом были обусловлены самими платформами. Некоторые читатели могут вспомнить «первые дни» социальных сетей, где были

популярны сайты социальных сетей, такие как MySpace и Friendster. Эти сайты были предшественниками Facebook и всего остального, что развивалось за последнее десятилетие. Наряду с этими платформами у нас по-прежнему существуют другие формы социальных сетей, такие как обмен сообщениями, который начался с базовых услуг Internet Relay Chat в 1990-х годах и обмен текстовыми сообщениями SMS, встроенными в ранние стандарты цифровых мобильных телефонов в 2000-х годах, и асинхронные онлайн-разговоры, организованные вокруг конкретных тем, представляющих интерес (например, дискуссионные форумы, субреддиты в Reddit). В последнее время мы наблюдаем рост социальных сетей, где изображения и видео заменяют текст, такие как Instagram и Snapchat.

Огромный темп роста социальных сетей и стремительный рост пользователей в социальных сетях на мобильных устройствах побуждают компании использовать Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube и Google+ для рекламы и продвижения своих продуктов и услуг.

В 2018 году министерство Казахстана заказало анализ медиа-сферы у российской компании Brand Analytics. По их данным, "ВКонтакте" остается самой популярной социальной сетью практически по всем аспектам. Вторую и третью строчку рейтинга занимают Instagram и "Мой Мир". Незначительно отстает Facebook.

Социальная сеть, основанная Павлом Дуровым, имеет 1 781 760 пользователей, у Instagram - 1 008 360, у Facebook - 413 026, Twitter имеет 27 776 активных пользователей. Результаты социологического исследования показали, что только 10,6 процента казахстанцев не зарегистрированы ни в одной из социальных сетей. Самым распространенным видом активности в социальных сетях является комментирование чужих постов (24,81 процента). На втором месте поиск и приобретение новых знакомств (21,9 процента). 12,44 процента респондентов участвуют в различных обсуждениях.

Интересны показатели доверия со стороны населения к информации, размещенной в социальных сетях, форумах и блогах. Полностью доверяют 16,54 процента опрошенных граждан и 65,28 процента доверяют иногда. Лишь 12,22 процента отметили, что вообще не доверяют. Это же касается и сообщений, которые люди получают через знакомых по мобильным мессенджерам (Whatsapp, Telegram). Полностью доверяют 12,52 процента опрошенных граждан и 61,64 процента доверяют иногда, 19,51 процента вообще не доверяют.

По итогам анализа развития медиа-отрасли можно выделить ряд ключевых трендов на 2019 год. Печатные СМИ в условиях падения спроса со стороны аудитории вынуждены будут перестраивать свою деятельность – переходить в цифровой формат, сокращать тиражи изданий, менять редакционную политику в соответствии с предпочтениями интернет-аудитории. Сложно будет проходить этот переходный момент, так как контент подавать как раньше уже не получится. Если не завлечь аудиторию, то в просторах интернета можно будет найти с легкостью более интересную замену. Ведь есть российский контент, зарубежные передачи с переводом и без, поэтому дремать нельзя.

При этом популярность телевидения в качестве основного источника информации сократится в связи с ростом популярности и возможностей Интернета. Интернет продолжит наращивать свою аудиторию, будет усиливать позиции в качестве основного источника информации и развлекательного контента, составляя конкуренцию телевидению. Вероятнее всего, усилится тренд миграции аудитории из социальных сетей в мессенджеры, которые становятся более востребованными коммуникаторами.

В заключение, анализируя экосистему социальных сетей и учитывая, в каком направлении она движется в контексте потребителей и практики маркетинга, мы пришли к выводу, что эта область все еще находится в состоянии постоянного изменения. Будущее социальных сетей в маркетинге захватывающее, но и неопределенное. Если не сказать ничего другого, жизненно важно, чтобы мы лучше понимали социальные медиа,

поскольку они стали очень культурно значимыми, доминирующей формой общения и самовыражения, основным типом медиа, используемым компаниями для рекламы и других форм коммуникации, и даже имеют геополитические последствия. Надеюсь, что казахстанские СМИ не потеряют свою хватку и будут иметь авторитет и доверие среди молодежи и продвинутых людей зрелого возраста, так как они уже отказались от телевидения и газет, онлайн-медиа для них удобнее, практичнее, достовернее, так как меньше подвергаются цензуре.

Список используемой литературы:

1. <https://www.brif.kz/blog/?p=3304>
2. Меджидов Г. С. Способы продвижения товаров и услуг в сети Интернет // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. Т. 10. № 3. 2016. С. 109-113.
3. Gil Appel, Lauren Grewal. Journal of the Academy of Marketing Science
4. https://www.researchgate.net/publication/327899007_Role_of_Internet_and_Social_Media_for_Promotion_Tools

З.А. Алтаева

МУИТ Магистратура, 1 курс, ИС, Бизнес-аналитика

Л.М. Алимжанова

МУИТ Асоц. Профессор, Кандидат технических наук

ПРОБЛЕМЫ СТРУКТУРИЗАЦИИ ДАННЫХ ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ

Аннотация. В современном мире информационный ресурс является одним из самых важных, и эффективность управления зависит от активного участия специалистов в процессах сбора и обработки, анализа и структурирования информации при подготовке и принятии важных решений. В статье рассматриваются понятия классификация и структурирование информации. Целью текущей работы является исследование целей и методов структурирования для решения проблем структуризации информации из открытых источников.

Ключевые слова: информация, данные, открытые источники, структура, анализ, обработка, классификация, структурирование, информационные технологии.

Основные положения.

Классификация – это разделение множества объектов на подмножества по их сходству или различию в соответствии с принятыми методами; фиксирует закономерные связи между объектами;

Структура (от латинского *structura* – строение, расположение, порядок) – устойчивая картина взаимных отношений элементов целостного объекта; система взаимоотношения элементов информации;

Структурирование информации – расположение различных элементов информационного массива и создание между ними таких связей, чтобы он наиболее хорошо воспринимался целевой аудиторией (потребителями).

1. Введение. В наше время в условиях глобализации, требующего резкого снижения затрат на выполнение производственных функций, мобильности персонала, возможности доступа к требуемой информации и работы с ней в любой точке мира, невозможно представить себе жизнь без систем сбора и обработки информации, главными показателями которых является повышение уровней сохранности и доступности информационных ресурсов (информационных массивов, баз знаний и программных модулей) и эффективное управление ими.

В современном мире информационный ресурс является одним из самых важных, и эффективность управления зависит в большой степени от активного участия

специалистов в процессах сбора и обработки, анализа структурирования информации при подготовке и принятии важных решений.

Хаотичность потоков информации, несовершенство их каналов, методов и техники сбора, хранения и обработки приводят к существенному запаздыванию информации и к потере ее качества. Основа современного получения информации – это интеграция ее сбора и обработки [1].

2. Основная часть. Самым простым способом анализа получаемой информации является ее структурирование. О том, что такое структурирование, знают многие. Как известно, структура должна быть во всем. Особенно это касается информации – такого ёмкого, глобального понятия, которое просто необходимо упорядочивать. Структурирование информации – это разделение её по отдельным, схожим критериям на группы, а также выстраивание связей логических цепочек между полученными группами.

Информация может быть абсолютно любого типа: текст, числа, учебный материал, развлекательный материал из открытых источников информации. Открытые источники информации – это информационные источники, распространяющие сведения, предназначенные для использования без каких-либо условий, запретов, исключений. К таковым относятся СМИ, сеть Интернет, сайты юридических и частных лиц, и другие веб-ресурсы [2].

Многообразие методов структурирования информации обусловлено тем, что способов ее представления и организации существует масса, да и информация, сама по себе, бывает весьма различного свойства. Например, весьма существенно то, какие средства отображения/каналы восприятия задействуются при выводе/вводе данных, потенциально содержащих информацию, каков исходный уровень организации этих данных, относятся ли они к разряду числовых, текстовых, графических, видео, аудио и т. д. Очень важную роль играют те цели, которые преследуются при выполнении процедуры структурирования данных (информации).

Для начала необходимо ввести классификацию целей структурирования информации. Здесь могут быть выделены следующие классы целей:

- получение качественно нового знания о системе/процессе;
- установление факта и локализация неполноты и/или противоречивости совокупности знаний;
- систематизация, упорядочение некоторой совокупности знаний;
- акцентирование или выделение одного или нескольких аспектов информации (например, временного, пространственного, функционального и т. д.);
- сокращение избыточности представления информации;
- согласование представления информации с некоторой системой обработки и интерпретации;
- повышение наглядности отображения информации;
- смена уровня общности/абстракции описаний.

В зависимости от класса цели меняются методы и технологии структурирования информации. Но мы уже указывали на то, что цель — это не единственный фактор, определяющий выбор метода структурирования информации. По этой причине необходимо рассмотреть виды информации, подлежащей структурированию, а также способы ее представления.

Введем классификацию видов информации по ее сущности/содержанию и способу ее использования:

- информация о ценностях и целях (информация целеполагания), используемая при планировании/прогнозировании;
- информация о функциях системы/процесса;
- информация о структуре системы/процесса;

- информация о динамике системы/процесса;
- информация о состоянии системы/процесса;
- информация о задачах системы/процесса.

В приведенной классификации виды информации размещены в порядке убывания периода стабильности/актуальности. Однако два класса информации, описывающей ценности, цели и задачи, являются относительно независимыми от состояния, динамики, структуры и функций системы/процесса, поскольку связаны с реализацией функции целеполагания. Впрочем, можно считать, что решение об использовании именно такой схемы размещения этих классов информации вполне обоснованно, поскольку позволяет решать многие прикладные задачи [3].

В основе большинства процедур структурирования лежит метод классификации. Классификация — это иерархически организованная система информационных элементов, обозначающих объекты/процессы реального мира и упорядоченных по признаку сходства/различия классификационных признаков, отражающих избранные свойства объектов. Как правило, процедура классификации (классифицирование) осуществляется для удобства исследования некоторой предметной области (фрагмента реального мира).

Принято различать следующие виды классификации:

- искусственную, осуществляемую по внешним признакам, не выражающим сущности объектов/процессов, и служащую для упорядочения некоторого их множества;
- натуральную (естественную), осуществляемую по существенным признакам, характеризующим внутреннюю (сущностную) общность объектов/процессов.

Натуральная классификация является инструментом и результатом научного исследования, поскольку выражает результаты изучения закономерностей классифицируемых объектов/процессов. В то время как искусственная классификация обладает исключительно прикладной ценностью в рамках решения конкретной задачи. Например, спелое/неспелое яблоко — натуральная классификация, красное/зеленое яблоко — искусственная.

Метод классификации в том или ином виде используется при решении самых разнообразных задач, связанных со структурированием информации. Неорганизованные информационные элементы подвергаются процедурам группирования, связывания, обобщения, в результате чего структура или проявляется (при натуральной классификации), или образуется (при искусственной классификации). В книге В.Ф. Турчина «Феномен науки: Кибернетический подход к эволюции» момент смены уровня организации системы именуется метасистемным переходом (возникновения системы более высокого уровня иерархии), который и рассматривается как эволюционный процесс. Соответственно, процессы синтеза новой классификации и структурирования информации можно рассматривать, как процесс эволюции знаний. Это не означает, что в результате выполнения процедур классификации или структурирования появляется новое знание, но означает, что в результате выполнения этих процедур создается новая система управления знаниями, существенно упрощающая различные манипуляции с ними, в том числе — и поиск ранее не выявленных закономерностей и законов. [4].

Современные информационные и компьютерные технологии позволяют представить в цифровой форме и распространять практически любые виды информации, с которой люди привыкли работать на производстве, получать из СМИ, использовать в процессе управления в компаниях и на самых различных уровнях общественных организаций. Однако есть такие виды знаний, которыми овладеть не так-то просто.

Для работы с плохо формализованной и слабо структурированной информацией необходимы специальные инструменты и соответствующие информационные среды. Инструменты для работы с плохо формализованной и слабо структурированной

информацией должны быть рассчитаны на возможность быстрых изменений структур данных, редактирования форм и связей.

Проблема упорядочивания данных, информации и знаний возникает в результате потребности создавать эффективные человеко-машинные комплексы для решения сложных управленческих задач [5]. С одной стороны, компьютеры усиливают «интеллектуальный» потенциал не только отдельно каждого человека, но и группы людей в целом. С другой стороны, использование информационных технологий выводит людей на совершенно новые, более высокие уровни сложности решения задач, порождает новые сферы деятельности, которые раньше были недоступны даже пониманию.

Для того, чтобы конструктивно понять проблему структурирования данных, информации и знаний, необходимо посмотреть на нее в комплексе. Во-первых, с позиции взаимодействия человека с компьютером. Во-вторых, нужно разобраться терминологией – что такое данные, информация и знания. В-третьих, нужно понять основные особенности человеческой памяти, мышления, разумного поведения и чем они отличаются от устройства и функционирования компьютерных систем.

Ввиду радикального различия в структурах, принципах и формах информационных процессов у человека и компьютерных систем возникают очень сложные проблемы в реализации совместной работы людей и компьютеров. Использование компьютерных систем, информационных технологий и телекоммуникаций порождает целый спектр проблем, свойственных взаимодействию человека с компьютером.

Проблема структурирования данных, информации и знаний является комплексной, и поэтому ее нужно решать, как прикладную проблему на стыке многих отраслей знаний и технологий [6]. Данные – это основа информации, они относятся к способу представления, хранения и элементарным операциям обработки информации.

Придерживаясь концепции, что данные – это текст в некотором алфавите, то понятие структуры данных относится к синтаксическим правилам представления текстовых структур.

Если рассматривать данные, то здесь самое важное – это их формальная структура, диктуемая жесткими синтаксическими правилами. Для хранения и передачи информации необходимы данные как основа информации.

информация – это рассказ, сообщение, сведения, имеющие определенный смысл, то знания – это нечто большее.

Знание это проверенная общественной практикой полезная информация, которая может многократно использоваться людьми для решения тех или иных задач. Знания – это информация в действии целеустремленной личности.

Структурирование знаний – это, прежде всего, структурирование информации, плюс структурирование действий целеустремленной личности. Поэтому структурирование знаний подразумевает две функции: первая – позволяет более эффективно думать и принимать решения, вторая функция – более качественно действовать. Думать и действовать это две различные формы активности личности. Обычно необходим переход от одной формы активности к другой. Говоря на языке активности целеустремленной личности, информация больше относится к обмену сообщениями в процессе принятия решений, а знание – это инструмент для решения проблемы.

Можно сделать следующие выводы:

- Данные образуют структурную основу информации.
- Информация как сообщение и объект анализа в процессе принятия решений образует основу знаний для целеустремленного человека.
- Знание – это инструмент для решения проблемы целеустремленным человеком.

Таким образом, формализация и структуризация данных в человеко-машинных

системах – проблема, решаемая. Формализация и структуризация знаний в определенном смысле сводится к формализации и структуризации информации.

3. Заключение. В современном мире информационный ресурс является одним из самых важных ресурсов и умение структурировать полученные данные позволит использовать эти данные для проведения анализа, для принятия важных решений. Для решения проблем структуризации информации необходимо понять для чего мы структурируем эту информацию, исходя из цели выбрать методы классификации и структуризации. Качественно проделанная структуризация позволит получить полезные знания, которые могут быть использованы в дальнейшем.

Список литературы

1. Ванюшин И.В. Методы сбора и обработки информации в системе управления на примере ФГУЗ // Исследование в России: электрон. Науч. Журн. 2002. [Т.3]. С. 263-272. URL: <https://works.doklad.ru/view/Z7voKPMz0GA/all.html>
2. Статья «Сбор информации из открытых источников» [Электронный ресурс] // Всепоиск, 2015, URL: http://www.vsepoisk.ru/2009/03/blog-post_27.html (дата обращения: 28.11.2019).
3. Лукашевич П. Методы структурирования информации // PORTALUS.RU: всерос. виртуал. энцикл. М., 2005. URL: <https://studfile.net/preview/5411061/page:24/> (дата обращения: 25.11.2019).
4. Титоренко Г.А. Информационные технологии управления. - М.: ЮНИТИ ДАНА, 2003. - 439 с.
5. Гаврилова Т.А. Базы знаний интеллектуальных систем. - СПб.: Питер, 2001. - 382 с.
6. Минский М. Структура для представления знаний/ Вкн.: Психология машинного зрения. Ред. П. Уинстон. - М.: Мир, 1978. - С. 249-338.

А. Р. Темирбаев,
слушатель Академии КНБ
Научный руководитель: **Г. В. Луценко,**
доцент Академии КНБ

БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В данной статье проведен анализ угроз и рисков для личности в информационном пространстве, выявлено проблемное поле, и предложено решение с использованием передовых технологических методов.

Ключевые слова: Интернет, общественная безопасность, свобода личности, DATA центр, BI – аналитика

Одно из уникальных изобретений современности - Интернет, предоставляет огромные возможности и его использование приносит колоссальную пользу в различных сферах нашей жизнедеятельности. Число пользователей глобальной сети, растет день ото дня. С 2011 года, в Казахстане данный показатель вырос 2 раза [1].

Развлекательные онлайн сервисы, электронные средства массовой информации, социальные сети, интернет банкинг, облачные сервисы, системы типа «Умный дом», электронное правительство, доступ к которым осуществляется с использованием сети Интернет, стали частью повседневной жизни Казахстанцев. Процесс внедрения it-технологий в нашей Республике, набирает темп в геометрической прогрессии. Помимо положительной составляющей, данный процесс создает определенный спектр возможностей для противоправных действий против личности, а также разведывательных устремлений противника угрожающих общественной безопасности. Поэтому наряду с преимуществами информационного общества, особого внимания заслуживают угрозы, которые оно несет.

Во-первых, в сети распространяются информационные материалы, прямо

угрожающие здоровью человека, дезориентирующие личность, в которых человек рискует потерять самосознание в реальном мире.

Во-вторых, материалы экстремистского и манипулятивного характера, используемые для навязывания образа и стиля мышления, превращающих личностей в «информационных зомби», создающих потенциальную опасность для конституционного строя, дестабилизирующих обстановку в обществе.

В-третьих, пользователи не застрахованы также и от кражи персональных данных, на основе которых, злоумышленники могут реализовать свои корыстные устремления.

Стоит вопрос: как же защитить личность в информационном мире, так чтобы она не потеряла своих прав и свобод?

В нашей Республике данный вопрос становится актуальнее с каждым днем, и Правительство уделяет этому особое внимание. В середине текущего года в качестве решения данной проблемы был протестирован сертификат безопасности «QaznetTrustNetwork», на сайтах провайдеров это мотивировали следующим образом:

«В связи с участвовавшими случаями хищения персональных и учетных данных, а также денежных средств с банковских счетов казахстанцев, был внедрен сертификат безопасности, который станет эффективным инструментом защиты информационного пространства страны от хакеров, интернет-мошенников и иных видов киберугроз.

Внедрение сертификата безопасности поможет в области защиты информационных систем и данных, а также в выявлении хакерских, кибератак интернет-мошенников на системы информационного пространства страны, частный, в том числе банковский сектор, до того, как они смогут нанести ущерб»[2].

Если рассматривать опыт зарубежных государств, то после скандального разоблачения Эдварда Сноудена, стало известно, что иностранные спецслужбы обращаются к информационным корпорациям вроде Google и Facebook, которые выдают всю имеющуюся личную информацию, сбор которой осуществляется по различным сервисам, в том числе того же сертифицированного подключения, сам сертификат интегрирован в программное обеспечение. Казахстан не стал делать этого, правительство обратилось с просьбой установить сертификат добровольно.

Общественность отнеслась к данному явлению неоднозначно, ряд пользователей пришел к мнению, что сертификат не только замедляет скорость соединения, но и ограничивает их свободу в информационном пространстве. Однако на практике возникает парадокс, доказательством является дело об убийстве Дениса Тена, получившее большой резонанс. В популярных социальных сетях пользователи требовали от сотрудников правоохранительных органов поднятия записей с камер наблюдения, записей разговоров всех находящихся в том периметре людей. По сути общество потребовало вторжения в частную жизнь для достижения цели. В случае возникновения террористического акта, общество потребует, чтобы у государства был этот инструмент. Такие моменты наглядным образом иллюстрируют необходимость смещения приоритета от свобод личности в сторону правоохранительных органов, в разумных пределах.

Учитывая опыт зарубежных государств и тестирования, в данной статье предлагается создание «Dataцентра» на базе заинтересованных подразделений, с использованием новейшей технологии для работы с большими массивами данных из бизнес индустрии BI-аналитики. Business Intelligence - это набор IT-технологий для сбора, хранения и анализа данных, позволяющих предоставлять пользователям достоверную аналитику в удобном формате, на основе которой можно принимать эффективные решения для управления бизнес-процессами компании [3].

Главной целью BI – аналитики является интерпретирование большого количества данных в доступную для человека простую форму, уделяя особое внимание ключевым факторам эффективности, моделируя исходы различных вариантов возможных действий, отслеживая последствия принятия тех или иных решений.

В случае объединения полученных внешних данных, с данными из источников внутри компании, технология достигает апогея своей эффективности. Симбиоз данных предоставляет наиболее полную картину бизнеса, те самые «структурированные данные»

В рамках создания вышеназванного центра, сотрудниками заинтересованных подразделений, ВІ технология будет адаптирована под специфику их деятельности. В качестве внешних данных будет использован трафик сети, полученный путем параллелирования потока данных от провайдеров. Проанализировав полученный контент из интернета трафика в датацентрах можно определить интернет сайты и мак адреса, которые можно будет блокировать на канальных файерволах. В качестве внутренних, будут использованы оперативные данные КНБ. После учета информации в аналитической деятельности, её последующее хранение будет произведено только после шифрования с использованием криптографических методов. В случае обоснованной необходимости получения зашифрованных данных, дешифрование возможно только с получением соответствующей санкции от уполномоченного органа. Это позволит сохранить баланс между свободой личности и деятельностью правоохранительных органов. Использование параллелированного подключения в процессе получения необходимой информации, полностью исключит вероятность ухудшения соединения для обычных пользователей. Адаптированная ВІ технология предоставит возможность охватить всё информационное пространство нашей страны, и синхронизировать с оперативными данными правоохранительных органов. Это позволит более точно выявлять потенциальные риски и угрозы, своевременно и точно предпринимать необходимые меры по их пресечению и устранению, предвидеть влияние тех или иных факторов и решений на обстановку в обществе. В совокупности, создание такого центра выведет обеспечение общественной безопасности на принципиально новый уровень.

Подводя итоги, стоит признать, что противоречия между свободой личности и безопасностью, являются предметом спора во всем мировом сообществе. Предложенный в данной статье метод, направлен на согласование данных противоречий с недопущением дисбаланса в точках соприкосновения. Правоохранительные органы получают новый инструмент, который позволит проводить аналитику охватывая более широкий спектр информации, и принимать точечные методы воздействия, это оптимизирует их работу в несколько десятков раз. Также используемые технические решения исключают вероятность ухудшающего воздействия данной системы, на общий поток трафика пользователей сети.

Недостатком предложенной системы является необходимость в крупных финансовых средствах, несмотря на это, она позволит спасти не одну жизнь, а это значит, что финансовая составляющая уходит на второй план, поскольку жизнь каждого гражданина суверенного Казахстана – бесценна!

Список использованной литературы

1. <http://stat.gov.kz/>
2. <https://www.kcell.kz/ru/product/3585/243>
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/Business_Intelligence

О.А. Рахимғалиев,
ұ.к. лейтенанты., ҰҚК Академиясы тыңдаушысы
Ш. Қ. Ошаев,
ұ.к. лейтенанты, ҰҚК Академиясы тыңдаушысы
Ғылыми жетекші: П. М. Юрьевич,
ұ.к. полковнигі, ҰҚК Академиясы доценті

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ МЕМЛЕКЕТТІК ЖӘНЕ ЖЕКЕ ҰЙЫМДАРЫНДА DLP-ЖҮЙЕСІН ҚОЛДАНУ АРҚЫЛЫ АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІКТІ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ

Түйін. Бұл мақалада қайтымсыз сипат тудыруы мүмкін кейбір қауіп-қатерлерге шолу жасалды. DLP-жүйелерінің негізгі функциялары және оларды Қазақстан Республикасының мемлекеттік және жеке ұйымдарында пайдалану сипатталды.

Түйінді сөздер: ақпаратты қорғау, ақпараттық жүйелер, қауіп-қатер, DLP - жүйелер, контентті талдау, бағдарламалық өнімдер, байланыс арнасы.

Жұмыстың өзектілігі мен мақсаты Қазақстан Республикасының мемлекеттік және жеке ұйымдарында құпия және конфиденциалды ақпараттарға жасалған шабуылдармен қауіп-қатерді азайту және үшінші тұлғаларға ҚР мемлекеттік құпияларын (қызметтік құпияларды) жария етуді болдырмау үшін DLP-жүйесін пайдалану.

«Ақпараттық қауіпсіздік елдің ұлттық қауіпсіздігінің маңызды элементіне айналды, ол қауіпсіздіктің экономикалық, әлеуметтік, саяси және басқа аспектілеріне тікелей әсер етеді»

Қ.Н.Касымов – Қазақстан Республикасы Қауіпсіздік Кеңесінің хатшысы

XXI ғасырда мемлекеттік және жеке ұйымдар мен мекемелерде компьютерлер санының артуына байланысты кибершабуылдар қауіпі жыл сайын артуда. Қазіргі қоғамды толыққанды алатын болсақ, адамзат бүгінгі күні ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету қажеттілігінің ең жоғарғы деңгейіне жеткізілді, себебі ол жекелеген мемлекетке, халыққа емес, бүкіл әлемге төніп тұрған қауіптің салдарынан десек те болады.

Бүгінгі күні қалыптасқан саяси-экономикалық жағдай, көптеген мемлекеттік органдардың қызметінің барлық жақтарын: жедел компьютерлендіру, миниатюрзация, түрлі мақсаттағы компьютерлік желілерді кеңінен енгізу, компьютерлік жүйелерді жаңартудың үлкен номенклатурасы және динамикасы ақпарат қауіпсіздігін қамтамасыз ету міндетін айтарлықтай күрделендірді.

Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігіне келетін болсақ. Ақпаратты өңдеудегі құралдарының саны мен сапасы, ақпараттың көлемі мен мәні артып келеді. Сондай-ақ, ақпараттық технологиялардың қорғалуы соның салдарынан мемлекеттік және жеке ұйымдарының қимылының сипаты мен нәтижелеріне елеулі әсер ететін қабілетті қауіп-қатерлер саны да өсіп келеді. Осы ретте кейбір қауіп-қатерлердің салдарынан күнделікті қызмет барысында немесе соғыс уақытында апатты сипатқа ие болуы мүмкін. Осының барлығынан компьютерлік желілердің қазіргі жағдайы мен олардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету маңыздылығы өзектілік тудырады.

Біздің қоғамда ақпараттың кепілді қорғалуын қамтамасыз ету үшін, ақпаратты қорғаудағы негізгі мақсатты және қорғауды қамтамасыз ететін басты шаралар тізбегін анықтау қажет. Ол үшін ең алдымен ақпараттың жоғалуына, ұрлануына, бұрмалануына, қолдан жасалуына, және бұғаттау жөніндегі рұқсатсыз әрекеттерге әкелуі мүмкін барлық ықтимал себептерді (қауіптерді) қарап, жүйелеу қажет.

Ақпараттың заңсыз таралып кетуінің нақты мысалы ретінде шет елдерді алуға болады:

АҚШ армиясының әскери қызметкері Брэдли Мэннинг. Ол құпия құжаттардың

үлкен көлемін жария еткені үшін және оларды WikiLeaks бергені үшін айыпталып (ақпарат CD-RW-ға көшірілген) және осы іс бойынша 35 жылға бас бостандығынан айырылған. Екінші мысал ретінде

The Guardian және The Washington Post газеттеріне Prism жобасы туралы мәліметтерді, сондай-ақ X-Keyscore және Tempora туралы мәліметтерді, қолданыстағы ақпараттық және байланыс желілерін, америкалық арнайы қызметкерлердің ақпараттық коммуникацияларды жаппай бақылағаны туралы АНБ-ның құпия ақпаратын берген ЦРУ және АҚШ Ұлттық қауіпсіздік агенттігінің бұрынғы қызметкері Эдвард Сноуденнің істерін айтсақ болады[2].

Осындай жағдайлардың алдын алу мақсатында, құпия ақпараттың таралуына себеп болатын қауіп-қатерлерге анализ жасадық.

Біздің ойымызша, ең маңызды қауіп-қатердің бірі ол әртүрлі телекоммуникациялық құралдар және басқа да жолдар арқылы ақпараттардың таралу қауіпі болып табылады (техникалық арналар арқылы ақпаратты жоғалту). Ақпаратты техникалық арналар арқылы таралып кетуден қорғауды қамтамасыз ету бірқатар заңдарда, әдістемелік ұсынымдардың басшылық құжаттарында егжей-тегжейлі баяндалғанын айта кеткен жөн.

Осы қауіптердің алдын алу үшін, біз ҚР мемлекеттік және жеке ұйымдарына DLP (Data Loss Prevention Деректердің жоғалуын болдырмау) -жүйесін енгізуді ұсынамыз [1].

Көбісі білетін, DLP классикалық түрде -бұл техникалық құралдармен ақпараттың таралуын болдырмауға мүмкіндік беретін жүйе. Мысалы, пошта жәшігіне хабар жіберу немесе файл сыртқы тасымалдағышқа жазуды бұғаттау. Көбінесе мұндай жүйе трафикті өте дәл реттелген құрылғылар арқылы ғана ұстап алады және өткізеді. Жоғарыда айтып өткеніміз, бұл нақты уақыттағы онлайн-мониторинг. DLP сияқты нарықта өзін позициялайтын басқа да жүйелер бар, алайда, ол жүйелерде оқиғаларды бұғаттау опциялары жоқ, демек, мұнда техникалық алдын алу шаралары қарастырылмаған. Бұл жүйе көбінесе SIEM, және UA (User Behavior Analytics) жүйелерінің жұмыс істеу принциптерінен алынған.[1]

DLP-жүйесінің орындайтын негізгі міндеттеріне тоқтала кетсек:

1. Құпия ақпаратты (қызметтік құпияны) беретін арналарды оқшаулау, оны сыртқы тасымалдағыштар мен баспа құрылғыларына шығарғандағы қауіпсіздікті қамтамасыз ету.

2. Перифериялық құрылғыларды пайдалану кезінде пайдаланушылардың іс-әрекетін бақылау, тасымалдаушыларға жазылған құпия ақпаратты мәніне байланысты файлдарды қайта көшіру және талдау.

3. Құпия сипаттағы мәліметтер немесе қызметтік құпия болуы мүмкін файл мазмұнын талдап ақпарат ағынын сүзу, сондай-ақ қолжетімділігі шектеулі ақпаратты құрайтын құжаттардың таралуын бақылау.

4. Жүйелік әкімшіліктегі құпия ақпараттың (қызметтік құпияның) таралып кету фактілерін, орталықтандырылған бақылау және ақпараттық қауіпсіздіктің тиісті оқиғаларына ден қою.

5. Белгілі бір уақыт аралығында таңдалған пайдаланушының ақпараттық хабарларына толық талдау жасай отырып, қауіпсіздік инциденттеріне қызметтік тергеу жүргізу.

6. Адамның құқығына қарсы хат алмасуларды, мемлекеттік және жеке ұйымдарына тұтастай алғанда елдің ақпараттық қауіпсіздігіне нұқсан келтіруі мүмкін басқа да құпия ақпаратты ашу.

DLP жүйесі төмендегідей негізгі компоненттерден тұрады:

- басқару және мониторинг орталығы;
- пайдаланушылардың жұмыс станцияларындағы агенттер;
- Орнатылатын DLP желілік шлюзі.

Егерде бұл жүйені мемлекеттің барлық салаларында толығымен қолданатын

болсақ біз көптеген оң нәтижелерге жетеміз, олар төмендегідей:

1. Құпия ақпараттың (қызметтік құпияның) заңсыз таралуынан болған шығындардың алдын алу мүмкіндігі.

2. Құпия ақпаратты (қызметтік құпияны) рұқсатсыз көшіруден және таратудан қорғану мақсатында құрылымдарда пайдаланушылардың тиімді жүйесін құру.

3. Мемлекеттік мекеменің немесе жеке ұйымның ақпараттық қауіпсіздігін қорғау периметрінен шығатын ақпараттық ағындардағы деректерді жедел бақылау мен талдаудың тиімді жүйесін құру.

4. Ұйымдардың инфрақұрылымында құпия ақпаратты (қызметтік құпияны) тарату, сақтау және өңдеу процестерін автоматты бақылау және мониторинг жасау[3].

DLP жүйесін зерттей келе идентификациялаудың үш әдісін көрсетуге болады : ықтималдық, детерминистік және аралас.

Бірінші әдіске негізделген жүйелер көбінесе контенттің лингвистикалық талдауын және деректердің «сандық іздерін» пайдаланады.

Мұндай жүйелерді іске асыру оңай болғанымен, аз тиімділігімен және жалған іске қосылулардың жоғары деңгейімен сипатталады.

Детерминирленген тәсілді пайдаланатын жүйелер (файл белгілері) өте сенімді, бірақ оларға аздап икемділік жетіспейді.

Аралас тәсілінде ақпаратты сақтау және өңдеу ортасының аудитімен үйлесіп, ақпарат құпиялылығын қорғау проблемасын оңтайлы шешуді қол жеткізуге үлкен мүмкіндік береді. [1].

DLP жүйелер екі негізгі режимде жұмыс істей алады: байланыс арнасы бойынша өтетін барлық трафикті ұстап тұру, сондай-ақ онлайн немесе офлайн режимінде берілген триггерлер бойынша осы трафиктің мазмұнын жіктеуге болады. Біз барлық қосылған трафикті жинауға мүмкіндік беретін жүйелер туралы айта кетсек.

Бүкіл ақпаратты барлық байланыс арналары бойынша ұстап тұратын жүйеде барлық корпоративтік пошта, принтерлерден басылып шыққан құжаттар, мессенджерлердегі хат алмасу, бүкіл интернет-трафикті жатқызуға болады. Әрине, біз тек қана корпоративтік ресурстарды қарастырдық, бірақ барлық хаттамалар қол жетімді болмаса да мүмкін деректер саны өте көп болады. Егер біз мұндай деректерді өңдеу үшін жабық желі сегменттерін пайдалануымыз керек, себебі, ақпарат ағымында құпия сипаттағы мәліметтер де болады.

Біз мұнда мемлекеттік және жеке ұйымдары туралы айтып отырмыз, олардың басым көпшілігі қызметтік құпияны құрайтын шектеулі сипаттағы құжаттарды өңдейді, демек, ақпаратты сақтау және өңдеу заңмен шектелген.

Сол себепті, біздің корпоративтік поштада хат жазысуымызда, мекемедегі желіден тыс жерлерде көпшілікке таратылуы өте жағымсыз әсер беруі мүмкін.

Осы деректерге сүйене отырып, DLP-жүйесі көрсетілген мағұлматтар негізінде қызметкерді құпиялық режимін немесе ақпараттық қауіпсіздікті бұзғаны, еңбек тәртібін бұзғаны, үшін жауапкершілікке тарта алады.

DLP-жүйелерді пайдалану тақырыбы жақын арада өзекті және талқыланатын болады деп ойлаймыз. Себебі, біреу осындай жүйелерде сәтсіздік болады деп тұжырымдайды, келесілері олардың болашағы туралы жақсы ойда.

Сонымен бірге, DLP жүйе азаматтық сектор үшін де сұранысқа ие. DLP жүйесін енгізу арқылы ақпаратты сақтайтын және оның таралып кетуі мен жоғалуын болдырмау үшін барлық мүмкіндіктерді жасау барлық компаниялар үшін міндетті болып табылады. Мұндай инновациялық қауіпсіздік құралдарының болуы компанияларға маңызды деректерді сақтауға кепілдік береді. DLP-жүйесін пайдалану кәсіпорындарға бәсекелестерінен өзінің өндірістік құпияларын тиімді дамытуға және сақтауға кепілдік беретін болады.

Стандартты қауіпсіздік шешімдерінен DLP жүйесінің айырмашылығы:

- маңызды ақпарат алмасу арналарының барлық түрлерін бақылау;
- корпоративтік желі шегінен тыс қандай тәсілмен және қандай форматта берілетініне тәуелсіз құпия ақпаратты беруді анықтау;
- кез келген уақытта ақпараттың ағуын бұғаттау;
- кәсіпорында қабылданған қауіпсіздік саясатына сәйкес деректерді өңдеу процесін автоматтандыру [6].

Мемлекеттік секторда ақпараттың таралып кетуінің алдын алу жүйелері әлі эпизодтық түрде ұсынылған. Негізінен аяқталған жобалар министрліктер мен ведомстволарда орнатылғанмен, өңірлік деңгейде енгізілу саны өте аз. DLP жүйесінің мемлекеттік салада белсенді түрде енбеуі коррекцияланумен, білікті кадрлардың жетіспеушілігімен және ықтимал қиыншылықтарды жете бағаламаумен байланысты. Бұл ретте, қауіп-қатерлер деңгейі үнемі өсуде және ақпараттың заңсыз таралу көлемі бойынша мемлекеттік мекемелер кез келген басқа саладан озып келеді.

Қазір мемлекетте бұл мәселе көтерілуде. Мысалы, Қорғаныс және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігінің ғылыми-техникалық кеңесі 13 перспективалық тақырып іріктеп алды. Қазіргі уақытта олар білім және ғылым министрлігінде сараптамадан өтуде [5]. Олардың барлығы IT-қауіпсіздікпен байланысты. Бюджетпен қаржыландыруға 2019-2021 жылдарға 2,7 миллиард теңге көлемінде қаражат көзделген. Қазір қорғалған компьютерлермен тынымсыз жұмыс жүргізілуде. Нарықта DLP класының шешімдері–заңсыз таралуды болдырмау деп аталатын шешімдермен мемлекеттік органдарды жабдықтау уақытылы жасалып жатыр. Бұл толығымен қазақстандық өнім болады.

Қорытындылай келе, DLP-жүйесін енгізу өте күрделі және көп уақыт пен ресурстарды талап ететін өте қиын жұмыс. Бірақ жарты жолда тоқтаудың қажеті жоқ - барлық кезеңдерден толық өтіп өзінің құпия ақпаратын қорғаудың жоғары тиімді және көпфункционалды жүйесін алу маңызды болып отыр.

DLP-жүйе әр түрлі шабуылдардан қорғайтын және ақпараттық қауіпсіздікті сақтайтын ішкі және сыртқы трафикті талдайтын, өзіндік сүзгіш іспетті халықтың ұлттық қауіпсіздігін сақтайтын бірден-бір құрал.

Біздің пікірімізше, DLP-жүйесін пайдалану арқылы үшінші тұлғаларға құпия ақпаратты (қызметтік ақпаратты) ұрлау және беру санын азайтуға болады.

Жақын болашақта DLP-жүйесі көптеген мемлекеттік және жеке ұйымдарына қорғайтын болады.

DLP-жүйенің жобада көрсетілген артықшылықтарын ескере отырып, ҚР мемлекеттік органдарында және жеке ұйымдарына ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ететіне кәміл сенімдіміз!

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. DLP дегеніміз не және олар қалай жұмыс істейді.
URL:<http://www.searchinform.ru./informatcionnaya-bezopasnost/dlp-sistemy/>;
2. Ақпараттың заңсыз таралуын болдырмау.
URL:http://www.ru.wikipedia.org/wiki/Предотвращение_утечек_информации
3. Лебедев А.В. Компьютерлерді вирустардан, хакерлерден және іркілістерден қорғау [Электрондық ресурс]/ Ю.Ф. Каторин // СПб НИУ ИТМО. – 2017. – Б. 248 – 255. – URL:<http://www.booksifmo.ru/file/pdf/975pdf>;
4. Цветкова О.Л., Айдинян А.Р. Ішкі қауіп-қатерлерден кәсіпорынның ақпараттық қауіпсіздігін бағалау жүйесі // Компьютерлік және ақпараттық технологиялар хабаршысы. – 2018, №8 (122). – Б. 48-53;
5. Мемлекеттік ұйымдар деректердің заңсыз таралуына қарсы қорғаныспен жабдыкталады.
URL:<http://www.zakon.kz/4958603-gosorganizatsii-osnastyat-zashchitoy-ot.html>;
6. Құпия ақпараттың таралуынан қорғау (DataLossPrevention - DLP).
URL:<http://www.security-mierotest.ru>

А. Жумабек, Студент группы РЭТ-1603
Международного университета информационных технологий
Научный руководитель: **М.К. Малгаждарова**
Ассистент-профессор МУИТ, доктор PhD

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС

Аннотация. Рассматриваются подходы к системе цифровизации образовательного процесса в высших учебных заведениях, проанализированы задачи внедрения цифровых технологий. Приводятся возможные риски в процессе реализации цифровизации в образовательных учреждениях.

Ключевые слова: образование, образовательный процесс, цифровые технологии, цифровизация

Основной целью цифровизации образования должно являться - обеспечение широкой доступности к информационно-цифровым ресурсам и использование цифровых технологий в образовательном процессе. [1].

Современная деятельность университетов во многом зависит от того, в какой степени преподаватели и сама администрация владеют цифровыми технологиями и цифровой информацией, насколько быстро они могут ее самостоятельно или с использованием информационных технологий проанализировать и обработать, а также довести ее до конечного потребителя – обучающегося и их законных представителей [2].

Сегодня «цифровизацию» (от англ. digital, цифровой) уже можно вносить в словари в качестве омонима, из-за большого количества значений. Если объяснять этот термин «по-простому», то цифровизация – это то, что требуется, чтобы «сделать процесс образования стал более гибким, приспособленным к реалиям современного дня и способствовал формированию конкурентоспособных профессионалов в нарождающемся «цифровом мире».

«Цифровизация» – это средство получения желаемого результата, а именно гибкости образовательного процесса, приносящего обучающимся отличный результат, а будущим работодателям – высококлассных мобильных специалистов.

«Цифровизация – это есть переход на цифровой способ связи, записи и передачи данных с помощью цифровых устройств».

«Процесс «цифровой трансформации» – это процесс перевода процесса в «гибкое» состояние из существующего» [3].

И рассматривая в контексте развития самого образовательного учреждения, которое хочет стать «цифровым», должен фокусироваться на интеграции автоматизации и размещении процессов, с целью сделать их более эффективными, за счет перераспределения ресурсов в реальной и виртуальной среде техникума. По контрасту, фокусировка на «цифровизации», должна нацеливаться на то, чтобы более эффективно получать отдачу от этих процессов, через более высокую вовлеченность в том числе и образовательных услуг.

Отсюда можно сформулировать те задачи цифровизации, которые, скорее всего, должны быть поставлены перед университетом:

- 1) обучение и повышение квалификации самих педагогических работников образовательного учреждения по использованию цифровых технологий в образовательной деятельности;
- 2) реализация цифровых технологий в образовательном процессе;
- 3) предоставление для коллективного пользования цифровых ресурсов и доступа к ним в облачных ресурсах;
- 4) обеспечение повышения уровня мотивации к профессиональному использованию

цифровых технологий ППС и обучающимися;

5) создание инновационных условий развития через внедрение цифровых технологий;

6) оказание информационных и консультационных услуг по использованию цифровых и облачных технологий с неограниченными ресурсами;

7) накопление, систематизация и распространение информации по использованию цифровых и облачных технологий образовательным учреждением.

Современная информационная, а в перспективе цифровая, среда образовательной деятельности формируется:

- обучающимся (по их образовательным запросам в соответствии с программами подготовки);

- педагогами (они определяют содержание программ курса, выбор учебной литературы, методы преподавания, стили общения и т.д.);

- педагогическим коллективом университета (он определяет через локальные акты – положения регламенты и порядки общие требования к обучающимся, сохраняемые традиции университета, формы взаимоотношений педагогического и ученического коллективов и пр.);

- государством как общественным институтом (оно определяет материальное обеспечение образования в целом, социальный заказ на формирование той или иной системы знаний и взглядов) [4]

Как представлял в одном из интервью Ярослав Кузьминов – «главный тренд сегодня связан с цифровой революцией, которая должна привести к кардинальному изменению рынка труда, появлению новых компетенций, улучшению кооперации, повышению ответственности граждан, их способности принимать самостоятельные решения, в свою очередь, это послужит причиной для последующей реорганизации образовательного процесса, во многом основанной на использовании технологий искусственного интеллекта» [5].

Все это «приведет к переосмыслению роли самого педагога, которому теперь придется не объяснять тот или иной материал, а помогать найти источник этого материала и разобраться в нём, с пользой для своего собственного профессионального развития. Радикальная революция ожидает и методику преподавания, систему проверки качества знаний» [там же].

Наверное, нет смысла сегодня бороться с использованием и влиянием гаджетов, ограничивать возможности использования Интернет для решения тех или иных задач профессионального образования. «Выход совсем в другом – надо разрабатывать индивидуальные образовательные траектории и придумывать для каждого ученика свой собственный, уникальный набор заданий, ответ на которые потребует творческого подхода, умения сравнивать, взвешивать, анализировать, отсеивать ненужное, коммуницировать и так далее» [там же].

К основным рискам реализации цифровизации, скорее всего, являются:

финансово-экономические риски – недофинансирование мероприятий, в том числе со стороны государственного бюджета, внебюджетных источников (снижение платежеспособности Потребителей образовательных услуг университета и др.).

Что с этим можно сделать: необходимо внедрять более рациональное использование материальных, финансовых ресурсов, за счет поиска и расширения новых дополнительных платных услуг, отказ от дорогостоящих мероприятий;

нормативные и правовые риски – изменения в нормативно-правовом обеспечении, потребуют внесения соответствующих изменений в локальные акты и в саму деятельность университета, что повлияет на выполнение мероприятий и достижение целей;

организационные и управленческие риски – неэффективная организация процесса управления могут привести к низкому качеству реализации задач, к нарушению сроков

выполнения планируемых мероприятий. Устранение подобных рисков возможно за счет введения ответственного координатора и создания координационного Совета по цифровизации, обеспечения постоянного и оперативного мониторинга выполнения реализации задач, а также за счет корректировки задач и их выполнения на основе анализа данных мониторинга.

Все эти шаги предполагают внедрение и использование современных цифровых технологий.

В заключении можно сказать, что такой подход позволяет университетам работать еще в одном направлении – это организация равных возможностей и доступности образования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями через организацию дистанционного обучения [1].

Список использованных источников:

1 <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tsifrovye-obrazovatelnye-instrumenty-i-tsifrovaya-kompetenost-analiz-suschestvuyuschih-problem-i-tendentsiy/viewer>

2 Что такое «цифровизация» предприятия? Раджив Сивараман, вице-президент по развитию - Data Services & Head-Plant Security Services, Siemens, <http://ua.automation.com/content/chto-takoe-cifrovizacija-predpriyatija>

3 <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-aktualnosti-vnedreniya-sovremennyh-tsifrovyyh-tehnologiy-v-obrazovanie/viewer>

4 Владимир Княгинин: «Новая цифровая экономика — это экономика доверия и кооперации» - <http://trends.skolkovo.ru/2018/05/vladimir-knyagin-novaya-tsifrovaya-ekonomika-eto-ekonomika-doveriya-i-kooperatsii/>

5 Главный тренд российского образования – цифровизация. Вадим Мелешко. Из интервью с Ярославом Кузьминовым, ректором Высшей школы экономики. Учительская газета 23.01.2018 <http://www.ug.ru/article/1029>

Д. Жабыкбай Студент группы РЭТ-1603
Международного университета информационных технологий
Научный руководитель: **М.К. Малгаждарова**
Ассистент-профессор МУИТ, доктор PhD

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В БИЗНЕСЕ

Аннотация. Для цифровизации никогда не будет достаточно только лишь наличия технологии как таковой. Для того чтобы процесс цифровизации был полноценным, необходимы четко сформулированные бизнес-задачи и данные. Цифровизация невозможна без трех измерений: сформулированной бизнес-задачи, наличия данных и собственно технологий. В статье рассматриваются задачи, которые решает цифровизация и приводятся материалы по состоянию цифровизации в бизнесе.

Ключевые слова: бизнес, дистанционные услуги, цифровые технологии, цифровизация

Под цифровизацией мы понимаем максимально полное использование потенциала цифровых технологий во всех аспектах бизнеса – процессах, продуктах, сервисах и подходах к принятию решений. Для цифровизации никогда не будет достаточно только лишь наличия технологии как таковой. Для того, чтобы процесс цифровизации был полноценным, необходимы четко сформулированные бизнес-задачи и данные. Цифровизация невозможна без трех измерений: сформулированной бизнес-задачи, наличия данных и собственно технологий. Цифровизация = бизнес-задача + данные + технология [1].

Какие задачи решает цифровизация? На базовом уровне цифровизация позволяет оптимизировать операционную деятельность, сократить издержки, улучшить процесс

принятия решений. Существуют три основных этапа цифровизации, о которых важно знать руководителям.

Первый этап – внедрение не очень больших и не очень рискованных, независимых друг от друга инициатив или продуктов. Основная цель этого этапа – создание технологических решений без радикального пересмотра смежных бизнес-процессов.

Следующий этап — переход от разрозненных инициатив к более широкой трансформации операционной модели компании. Частью изменений здесь становятся бизнес-процессы, организационная структура, KPI (ключевые показатели эффективности) и навыки персонала. На этом этапе должна обеспечиваться полноценная интеграция с базовыми системами организации. Такие изменения уже требуют комплексной программы управления.

Заключительный этап цифровизации – это изменение способа взаимодействия с внешними поставщиками, клиентами и контрагентами: новые способы позиционирования и продвижения существующих продуктов и создания новых. На этом этапе цифровые технологии являются «частью ДНК» всей организации и направлены на создание новых экосистем и партнерств. В их центре находится цифровая платформа, в которой реализованы уникальные компетенции и ноу-хау бизнес-модели организации. Успешные примеры, прошедшие все три этапа цифровизации, в глобальном масштабе – компании General Electric, Daimler [там же].

Глобальный кейс: McDonald's. Сеть McDonald's начала свой «цифровой» путь с целью ускорения и упрощения обслуживания клиентов в 2004 году, когда в одном из ресторанов сети во Флориде появились автоматы с сенсорными экранами, которые позволяли гостям самостоятельно сделать заказ. Экспериментируя в этом направлении несколько лет, компания выяснила, что средний чек, когда человек делает заказ самостоятельно, на 30% больше. Кроме того, 20% покупателей не берут напитки, если кассир забывает их предложить. Автомат, естественно, никогда не забывает этого сделать.

Тем не менее, масштабная установка аппаратов самообслуживания McDonald's начали в 2016 году и продолжают о сих пор. В 2016 году аппараты самообслуживания появились в 2 600 ресторанах по всему миру, в начале 2017-го – появилось мобильное приложение McDonald's App. По данным самой компании, установка одного аппарата обходится компании в \$60 тысяч. Представители компании неоднократно отмечали, что кассиры также продолжают принимать заказы. Те сотрудники, которых заменят технологии, не будут уволены, а станут помогать команде на кухне делать заказы быстрее.

При этом, основатель и директор Bersin by Deloitte (аналитическая структура, выполняющая исследования для Deloitte) Джош Берсин убежден, что полная замена кассиров и барист автоматами в таких сетях, как Starbucks, Peet's, or Philz Coffee, да и McDonald's, не будет эффективной, поскольку заказывать у автомата не так увлекательно, и у клиентов всегда должен оставаться выбор [2].

Для каких компаний цифровизация необходима в первую очередь?

Цифровизация – это неизбежный процесс, который так или иначе происходит практически во всех отраслях. Но в разных секторах он идет с разной скоростью. Согласно анализу VCG, в плане внедрения цифровых технологий исторически лидируют B2C-секторы: например, медиа, в котором уже произошли фундаментальные изменения, а также розничная торговля, телекоммуникации, страхование и банковское обслуживание. Цифровизация уже существенно повлияла на эти отрасли, но окончательный результат еще предстоит определить.

А, например, металлургия, нефтегазовый сектор, электроэнергетика и машиностроение отстают: влияние цифровизации в этих отраслях пока направлено в основном на внутренние улучшения, его сложно оценить до конца, и кардинальные изменения здесь еще впереди [3].

С каких подразделений бизнеса начинается цифровизация? В первую очередь

цифровизация касается всех сфер бизнеса компании, связанных с продуктивностью: это контроль над издержками, возврат инвестиций. Как правило, первая волна цифровых изменений в большинстве компаний касается управления производственными активами – например, прогнозная аналитика по техническому обслуживанию и ремонтам, а также планирование инвестиций в производственные активы. Это особенно актуально для инфраструктурных компаний с большим количеством физических производственных активов и расходов на их создание и эксплуатацию – телекоммуникационных, транспортных, электроэнергетических и т. д.

Влияние цифровизации не ограничено только этими областями. Например, внедрение прогнозной аналитики позволяет организации добиваться новых возможностей роста бизнеса, более точно понимать возможности по дополнительным и перекрестным продажам существующим клиентам, чем уже занимаются, например, многие телекоммуникационные компании, включая казахстанские [4].

Машина эффективнее человека в бизнесе? Роботизация, автоматизация и искусственный интеллект, как составляющие части цифровизации, уже широко применяются в различных отраслях – на производстве, в транспортной и банковской отраслях, в сфере услуг. Глобальный рынок роботизации растет очень быстро и непрерывно: по данным VCG, к 2025 году его объем может достигнуть \$87 млрд, при том, что всего три года назад прогноз на 2025 год составлял в \$67 млрд [5].

Сейчас роботы используются в основном, чтобы заменить людей при выполнении рутинных операций на производстве, в банковском секторе и других отраслях. Роботизация фактически исключает ошибки, связанные с внимательностью живых сотрудников. Искусственный интеллект может использоваться и для оптимизации процесса принятия решений, в частности, с помощью «машинного обучения».

Нужна ли цифровизация для МСБ? Для предприятий малого и среднего бизнеса цифровизация означает более быстрое и легкое масштабирование и рост. К примеру, развитие электронной коммерции открывает новые каналы продаж для МСБ, а также потенциально уменьшает объем «серой» экономики. По данным совместного исследования VCG и «Самрук-Қазына», на начало 2017 года доля электронной коммерции в рознице в Казахстане составляла менее 1%, для сравнения: в России - 3%, в Китае - 8,3%. Мы ожидаем, что если казахстанский рынок электронной коммерции в розничной торговле будет расти теми же темпами, что и российский, то к 2020 году его объем достигнет \$750-800 млн [1].

В Казахстане предпринимаются системные усилия для внедрения цифровизации в малом и среднем бизнесе. Например, в начале этого года в Астане был представлен проект реализации Открытой цифровой платформы для малого и среднего бизнеса, разработанный НПП «Атамекен» при инфраструктурной поддержке АО «Казахтелеком». Предполагается, что она будет работать по принципу китайской Alibaba и американской Amazon и увеличит товарооборот в стране на 30%.

Сколько стоит цифровизация? Бюджет цифровизации может быть очень разным в различных компаниях и отраслях. Последние тенденции таковы, что крупные организации постоянно увеличивают свои вложения в IT и цифровизацию, так как она может давать им серьезное конкурентное преимущество. В то же время, если говорить о МСБ, то развитие цифровых технологий во многом облегчает им задачу автоматизации собственной деятельности и ее стоимость: например, появление облачных решений для МСБ (Salesforce.com и тому подобное) дает им возможность использовать готовые современные решения для автоматизации ключевых процессов с минимальными капиталовложениями.

Покупать или создавать? В краткосрочной перспективе приобретение готовой технологии и использование опыта более развитых в цифровом отношении стран может быть эффективным решением для ускорения трансформации организации. Но в средней и

долгосрочной перспективе необходимо иметь свои собственные решения, чтобы контролировать стратегические отрасли и технологии.

Насколько цифровизирован Казахстан? В Казахстане на данный момент есть хорошая базовая инфраструктура доступа для дальнейшего развития цифровизации экономики. Также довольно высок уровень вовлеченности населения: 54% являются пользователями Интернета. По данным рейтинга BCG e-intensity index (отслеживает развитие цифровой составляющей глобальной экономики в 85 странах мира), среднегодовой темп роста для Казахстана составляет 23%. Это позитивный показатель. Однако Казахстан все же отстает от среднего показателя по странам БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южная Африка), где темп роста составляет 27%.

Поэтому основная задача в ближайшие годы – усиление темпов роста цифровизации. При этом, цифровизация должна стать частью стратегической повестки не только госорганов, но также нацкомпаний и частного бизнеса. Для этого есть основные условия. Во-первых, относительно благоприятная макроэкономическая ситуация. Во-вторых, внимание к этому вопросу со стороны государства: например, такие инициативы, как реализация государственной программы «Цифровой Казахстан», создание Международного финансового центра «Астана», создание хаба для стартапов и развития передовых технологий – международного технопарка IT-стартапов AstanaHub [1].

Список использованных источников:

1. <https://vlast.kz/corporation/24539-cifrovizacia-biznesa.html>
2. <https://designpub.ru/>
3. <https://www.e-xecutive.ru/management/itforbusiness/1989667-что-такое-tsifrovizatsiya>
4. <https://www.terrasoft.ru/page/digital-transformation>
5. <https://strategy2050.kz/ru/news/53220/>

Ж.Ж. Жумабек, студент 4 курса
специальности «журналистика» МУИТ
Научн. рук. к.ф.н., проф. **А.А.Ниязгулова**

МАРКЕТИНГ В МЕЖДУНАРОДНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ОСОБЕННОСТИ, ВОЗМОЖНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

В новых для Казахстана социально-экономических условиях МУИТ вынужден быть активным, самостоятельно формирующим предложение, оказывающим и продающим свои образовательные услуги. Заинтересованность вузов в поиске возможностей повышения конкурентоспособности образовательных услуг не вызывает сомнений. В данной работе автор определяет некоторые особенности МУИТ в проведении маркетинговой деятельности образовательного учреждения, конкретизирует потенциал маркетинга в сфере высшего профессионального образования.

Стратегия и тактика реформирования, которую Казахстан реализует последние годы в сфере высшего профессионального образования, во многом сопряжена с его коммерциализацией. Если еще несколько десятилетий назад образование и бизнес рассматривались как сферы антагонистичные, и проникновение маркетинговых механизмов, инструментария в систему высшего профессионального образования не представлялось возможным, то в настоящее время можно наблюдать становление рыночных отношений в сфере производства и оказания образовательных услуг (ОУ). Довольно активно сегодня растет число негосударственных образовательных учреждений, наделенных относительной автономией и правом на производство и предоставление своих ОУ преимущественно на контрактных условиях, как следствие и, одновременно, обратная сторона привилегированной самостоятельности вузов, – необходимость

самостоятельно формулировать и реализовывать стратегию адаптации, позиционирования, завоевания рынка, на котором «резервы предложения платных ОУ еще существенно превышают возможности спроса».

Сегодня практически в каждом субъекте федерации наряду с самостоятельными вузами функционирует множество филиалов государственных и негосударственных образовательных учреждений, готовых предоставить ОУ потребителю, что называется «в удобное время, в удобном месте». Наличие в разных вузах идентичных направлений подготовки и схожих образовательных программ ведет к еще большей конкуренции, стиранию различий в имиджах образовательных учреждений, существенно затрудняет восприятие, запоминание, узнавание атрибутов бренда конкретного производителя ОУ в сознании потенциальных абитуриентов. Обширное представительство вузов в пределах одного регионального или локального рынка требует от каждого образовательного учреждения ведения особой маркетинговой, коммуникативной политики, использующей более действенные, убедительные рациональные доводы, аргументы, апеллирования к чувственно-эмоциональной сфере, подчеркивающие уникальную выгоду, надежность, предпочтительность данного образовательного учреждения и его ОУ аналогичным услугам конкурентов.

В совокупности сокращение объемов государственного финансирования, многообразие вузов, образовательных программ, альтернативность форм доступа к высшему образованию обусловили ужесточение конкуренции между образовательными учреждениями за привлечение потенциальных абитуриентов. Главная сложность заключается в том, что, в отличие от предприятий других сфер деятельности, маркетинг, реклама для учреждений образования являются новыми направлениями деятельности, которые только предстоит освоить и затем с их помощью сформировать, стимулировать спрос на ОУ, сконструировать имидж, способствующий благоприятному восприятию всей деятельности образовательного учреждения со стороны потенциальных потребителей и других субъектов маркетинговых отношений (представителей контактных аудиторий, включая службы занятости, биржи труда, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений, общественные институты и структуры, причастные к продвижению ОУ на рынке).

Нужно сказать, что потенциал коммуникативных и рекламных средств, способных обеспечить осведомленность всех целевых аудиторий, на которые ориентированы ОУ МУИТ, соответствующей информацией, сегодня представлен достаточно широко. Однако эти возможности руководство МУИТ используются не в полной мере, а порой и вовсе игнорируются, ввиду ограниченного финансирования. Неохотно инвестируя в рекламу, руководство МУИТ тем самым демонстрирует некоторый скепсис относительно того, что эти затраты целесообразны, что объем и структура рекламного бюджета оправданы.

Приходится признать, что маркетинговые инструменты управления в целом и продвижения в частности в МУИТ пока еще используются крайне ограниченно, а часто и без учета специфики маркетинга услуг. Дело в том, что маркетинговые инструменты, традиционно используемые на товарных рынках, не всегда применимы к рынкам услуг. Причина этого коренится в семантике дефиниции «услуга» – это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые, в основном, неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо.

Услуги характеризуются некоторой совокупностью отличительных признаков – нематериальность, несохраняемость, неотделимость от источника их предоставляющего. В свою очередь, ОУ, понимаемые как система знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многоликих потребностей человека, общества и государства, а также как «неосязаемые действия, направленные на сознание индивида, обеспечивающие реализацию потребности человека в получении определенного вида знаний, умений, навыков, в приобретении профессии или

квалификации; обеспечивают удовлетворение спроса на рынке труда». Кроме вышеуказанного, ОУ предполагают «долгосрочный характер потребления, высокую степень ответственности за конечный результат, отличаются достаточно высокой стоимостью», имеют пролонгированный характер оценки эффективности оказания и зависимость результатов потребления ОУ от условий будущей работы и жизни выпускника, а также предполагают необходимость дальнейшего сопровождения услуг, зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных потребителей. При этом, ОУ, пожалуй, наиболее нематериальны и неосязаемы из всех категорий общественных благ. Действительно, потребитель ОУ, обратившись в вуз, не знает, наверняка, каким будет результат его обучения, у него есть лишь косвенные основания (в виде личного опыта, отзывов других потребителей, информации, получаемой из рекламы), для размышлений о том, способно ли качество ОУ в полном объеме удовлетворить его интеллектуальную потребность. С целью убеждения потребителя в целесообразности приобретения ОУ, в стремлении повысить их осязаемость, снизить венчурную составляющую потребительского выбора и неопределенность, образовательные учреждения формируют и представляют наиболее значимые для своей целевой аудитории параметры услуг наглядно. Например, обеспечивают наглядность с помощью сертификатов, лицензий, дипломов, учебных планов и программ, информации об условиях, стоимости, методах, формах обучения, демонстрации интерьера учебных аудиторий, экстерьера учебных корпусов, общежитий и т.п. Кроме того, МУИТ должен использовать наиболее эффективные формы продвижения ОУ, оптимально сочетать внешний и внутренний PR, в том числе «молву», «слухи», транслируемые от реальных потребителей к потенциальным. Таким образом, мы имеем дело с комплексом маркетинговых усилий высшего образовательного учреждения, направленных на удовлетворение потребностей личности – в образовании; МУИТ – в развитии и благосостоянии своего персонала; общества – в расширенном воспроизводстве совокупного личностного интеллектуального потенциала с учетом потребностей рынка труда и возможностей системы образования. Удовлетворение этих потребностей и является, по сути, критерием эффективности использования маркетингового подхода, механизмов и инструментария в образовании.

Очевидно, что сферой применения маркетинга ОУ, главным образом, являются ОУ, предоставляемые на возмездных условиях, и основное назначение маркетинга ОУ заключается в формировании таких условий функционирования системы образования, которые обеспечат удовлетворение образовательных потребностей личности и общества в целом, с учетом потребностей рынка труда.

Таким образом, чтобы осмыслить сущность маркетинга в МУИТ, оценить его потенциал на рынке ОУ, мною был проанализирован обширный комплекс его элементов и аспектов. Это, прежде всего, субъекты маркетинговых взаимоотношений, их функциональная нагрузка на рынке, сфера действия, проблемное содержание и объекты маркетинга ОУ с учетом специфики последних.

Высшее образование сегодня становится одной из сфер, в которую так или иначе проникают идеи маркетинга, маркетинговые инструментарии, принципы и подходы. Этот процесс закономерен в условиях институционализации глобально-информационного общества. Выполняя, прежде всего, социальную функцию, высшее образование превращается из затратной сферы в весомый фактор развития экономики. Оно обеспечивает воспроизводство решающих – человеческого и интеллектуального – капиталов общества. В этой связи происходит глубокое и содержательное переосмысление принципов функционирования вуза как автономного субъекта, предоставляющего ОУ определенного профиля, качества, объема и спроса, а также конкурирующего с другими вузами. Сегодня появляются новые подходы к организации и управлению деятельностью образовательных учреждений высшей школы, нацеленные на

повышение его эффективности, динамичности, признание значимости вуза потребителями и конкурентами, конкурентоспособности его выпускников на рынке труда. Поэтому заинтересованность вузов в поиске возможностей повышения конкурентоспособности своих услуг не вызывает сомнений.

Исходя из этого, можно говорить о целесообразности внедрения маркетингового подхода к исследованию, формированию и управлению рынком МУИТ. В настоящее время только происходит последовательное накопление, наращивание маркетинговых конструкций и инструментария в решении конкретных проблем рынка образовательных услуг. С этими проблемами казахстанские вузы столкнулись сравнительно недавно и пока попытки их решить с позиции маркетинга, наряду с поддержкой, все больше встречают непонимание, сомнение и даже сопротивление. Но объективная реальность такова, что победить в конкурентной борьбе и занять достойное место на рынке ОУ смогут только те вузы, которые активно используют инструменты маркетинга. А именно, постоянно изучают спрос и предложение, мотивы потребительского выбора, сбалансировано формируют портфель своих услуг, обеспечивают их оказание в соответствии с требованиями качества, устанавливают адекватные платежеспособному спросу и качеству услуг цены, осуществляют гибкую коммуникационную политику.

Необходимость самостоятельного анализа, планирования, обеспечения, контроля и управления спросом, качеством, ценой, каналами распределения, системой коммуникаций стимулирует осознание руководством МУИТ целесообразности применения маркетингового подхода как основы своего стратегического развития.

Для обеспечения долговременного благополучия МУИТ в условиях формирования рынка образовательных услуг очевидной является необходимость грамотного использования комплекса маркетинга, учета потребностей рынка, интересов учреждения высшего профессионального образования и общества в целом.

Список литературы:

- . Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.:
- . Волкова М.М., Звездова А.Б. Маркетинговые исследования в области образовательных программ
- . Карабаев Ч.Т., Директор PR - Маркетинг МУИТ 2018 -2019 г

А. Бекбаева, студент 2 курса,
Международного университета информационных технологий
Научный руководитель: **А.Б.Доскожанова**
Ассистент-профессор МУИТ, доктор PhD

РОЛЬ МЕДИА В ФИЛОСОФИИ ЯЗЫКА

Аннотация - В данной статье рассматривается понимание медиа и его влияние на развитие социума. В постиндустриальном обществе происходит переоценка ценностей в силу появления новых технологий, а именно информационных. Маршалл Маклюэн в 60-е годы 20 века произносит фразу, изменившую прежнее отношение к медиа. Само послание и является медиа. Данная интерпретация имеет актуальность и в современном обществе.

Ключевые слова: медиа, культура речи, постиндустриальное общество, коннотаты, денотаты.

Медиа – обширное понятие, включающее в себя средства коммуникации, способы передачи информации, а также образываемую ими среду (медиапространство) [1]. Этим термином мы пользуемся, когда обозначаем средство передачи информации.

Media – ключевой термин Торонтской школы теории коммуникаций. Это форма множественного числа, образованная от латинского *medium*, переводимое как «средний» или «посредник». Означает субстанцию, через которую передаётся сила или любое другое

воздействие, преимущественно используется в контексте спиритуализма и ряде духовно-эзотерических практик [1].

Данные определения характерны для модернистского понимания в виду интерпретации медиа в его непосредственном значении. В постмодерновом обществе понимание слова медиа приобретает коннотативное значение и являет сущность социальной реальности. Но, переходя к постмодерновой культуре интерпретации слова медиа, мы дадим небольшое пояснение, как все это начало изменяться.

Концепция постиндустриального общества, предполагающая наличие термин «постиндустриальное общество» впервые использовал в 1958 году Д. Рисмэн. Однако основоположником постиндустриализма является американский социолог Дэниел Белл, разработавший целостную теорию постиндустриального общества [2]. Основной труд Д. Белла носит название «Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования» (1973 года). Концепция постиндустриального общества, по Беллу, включает пять основных компонент:

- в экономическом секторе – переход от производства товаров к расширению сферы услуг;
- в структуре занятости – доминирование профессионального и технического классов, создание новой «меритократии»;
- осевой принцип общества – центральное место теоретических знаний;
- будущая ориентация – особая роль технологии и технологических оценок;
- принятие решений на основе новой «интеллектуальной технологии» [2].

Из вышеприведенных характеристик постиндустриального общества наглядно видно, как и в сторону чего меняется внимание.

Рассмотрим на примере первой компоненты – расширение сферы услуг. С развитием данной деятельности вызвано появление и быстрое увеличение общества нового типа – потребительского. Даже в образовательных учреждениях используется словосочетание: «студентоцентрированный подход», где преподаватель является исполнителем данного положения. Другими словами, знание превращается в еще один продукт сферы услуг, который минимализируется в понятии «информация» и где технологии играют более важную роль, чем фундаментальное знание.

С постиндустриальным обществом наступила новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания. И отношение к медиа в ней также приобрело новое значение.

В 60-е годы 20 века Маршалл Маклюэн произнес знаменитую фразу: «Медиа и есть послание» [3].

Герберт Маршалл Маклюэн – канадский культуролог, философ, филолог и литературный критик. Получил широкую известность как исследователь воздействия электрических и электронных средств коммуникации на человека и общество (например, в концепции «глобальной деревни», «абсолютно обеспечивающей несогласие по всем вопросам») [3].

Книга Маршалла Маклюэна «Понимание медиа» стала одним из первых исследований в области экологии средств массовой информации. По мнению Маклюэна, средства массовой информации должны стать объектами исследования сами по себе, вне зависимости от их содержания (контента). Основная идея заключается в том, что средство коммуникации влияет на человека и общество само по себе.

Этапы развития цивилизации по Маклюэну:

- дописьменная культура с устными формами коммуникации, основанная на принципах общинного образа жизни, восприятия и понимания окружающего мира;
- письменная культура, завершающаяся «галактикой Гутенберга», эпоха индивидуализма, национализма и промышленных революций;

- современный этап («электронное общество», «глобальной деревни»), задающий посредством электронных средств коммуникации (инфокоммуникаций) многомерное восприятие мира по типу восприятия акустического пространства [3].

Таким образом, пользуясь формулировкой и в целом пониманием слова медиа, высказанным Маршаллом Маклюэном, мы можем выявить некоторое влияние медиа на современную культуру, социальную структуру.

В мире, как сейчас принято называть, глобализирующемся, идет такая же динамика процесса глокализации. Все больше народов начинает представлять свою идентичность, своеобразие. К примеру, этномода, яркое отождествление своей религиозной направленности и другое.

Новые медиа уже в 21 веке такие как, всевозможные социальные страницы в интернете, действительно являют собой новый контент информации и знания. Например, мобильное приложение whats app, в котором пользователи имеют возможность бесплатно обмениваться сообщениями. В нем помимо текстового сообщения, можно отправлять фото, аудио и видео сообщения. Многие потребители данного приложения проводят в нем большое количество времени: родители школьников обсуждают через это приложение не только вопросы, касающиеся процесса обучения, но и бытовые вещи, о которых могли бы никогда не говорить при встрече. В силу данной ситуации происходит очень много противоречий, недопонимания и, как следствие, конфликтов между родителями учащихся.

По теме языка в истории философии можно выделить ряд исследователей, таких как Л.Витгенштейн, Ж.Деррида, Р.Барт и других. Все они по-своему внесли определенный вклад в развитие философии языка.

В культуре языка выделяются два типа: коннотативный и денотативный. Денотат – это объект мысли, отражающий предмет или класс предметов действительности и обозначаемый языковым выражением (именем) [4]. Коннотация включает дополнительные семантические или стилистические функции, устойчиво связанные с основным значением в сознании носителей языка. Коннотация предназначена для выражения эмоциональных или оценочных оттенков высказывания и отображает культурные традиции общества. Коннотации представляют собой разновидность прагматической информации, отражающей не сами предметы и явления, а определённое отношение к ним [5].

Поэтому порой мы сталкиваемся с неприятностями во взаимоотношениях в социальной среде. Многие из нас пользуются коннотативной культурой речи, тогда как собеседники могут ее не понять.

В заключении отметим, что данная тема является актуальной по причине того, что социальное согласие будет всегда одной из главных тем в обществе. Роль медиа в нем очень велика. И с каждым днем она растет. Поэтому нам необходимо исследовать медиа не только в качестве средства, но и самого послания.

Список использованных источников:

1. <https://ru.wikipedia.org/media>
2. <http://www.grandars.ru>
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/Маклюэн,_Маршалл
4. <https://gtmarket.ru/concepts/>
5. <https://ru.wikipedia.org/connotatio>

А. Жамшитбекова, студент 2 курса,
Международного университета информационных технологий
Научный руководитель: **А.Б. Доскожанова**
Ассистент-профессор МУИТ, доктор PhD

AL-FARABI AND HIS PHILOSOPHICAL HERITAGE

Annotation - This article discusses Al-Farabi's work on music. The Eastern thinker along with philosophical treatises explores the field of music. Al-Farabi's music ranks as a mathematical science.

Key words: music, perfection, harmony, theoretical and practical sciences.

Abu Nasr Muhammad ibn Muḥammad al Farabi (14 December, 950 and 12 January, 951) was a renowned philosopher and jurist who wrote in the fields of political philosophy, metaphysics, ethics and logic. He was also a scientist, cosmologist, mathematician and music scholar. In Islamic philosophical tradition he was often called "the Second Teacher".

Among the mathematical sciences, al-Farabi includes the following disciplines: arithmetic, geometry, optics, astronomy, statics, the science of gravity, music and mechanics. In this series, the science of music occupies a special place, it explores the laws of musical art.

Why is music included in the section of mathematical sciences? The basis for the inclusion of music in the branch of mathematical sciences is the use in it of numerical methods of musical elements - sounds, rhythmic units.

In the big book of music Abu Nasr al-Farabi examines the musical heritage of his ancestors, the genesis and theoretical foundations of music science. This book is in two parts:

The first part of the book explores the principles of musical art, basic terms and the subject of music.

The second part of the book is devoted to musical instruments, compositions of various melodies, categories of melodies and other aspects of musical art.

The term "music" is defined by the thinker as a melody. Describing musical art as a melody, the thinker gives the following definition: "musical art is what deals with melodies (songs) and what makes them harmoniously composed, so that they become more perfect and more enjoyable".

This definition reflects the original unity of philosophical and aesthetic principles in the scientific approach of al-Farabi to musical art. For him, the value aspect of melodies is harmony, the result of which is perfection and beauty in music.

The unity of philosophical, ethical and aesthetic views of al-Farabi affects his doctrine of music, which combines all aspects of musical aesthetics: - philosophy, ethics, aesthetics and sociology.

Music and other fields of human activities interact with each other. In this regard, al-Farabi notes: "The activities of all members of such a community, in their totality, provide each of them with everything that he needs to exist and achieve perfection" [1, p. 303].

The musical theoretical work of al-Farabi: "The big book of music" (Kitab al musika al-Kabir). The significance of this source in the field of aesthetics at the present stage is truly unique. In the big book of music, the issues of musical science are deeply studied, individual topics are presented – fret and rhythm, the technique of musical composition and Eastern and Central Asian instruments are described in detail and broadly.

Art, the purpose of which is the achievement of beauty, is called philosophy or, in the absolute sense, wisdom.

In his works on musical art, al-Farabi forms the practical foundations of music. He has ten perfections, which he calls harmonies: The first harmony is added to the composition, the purpose is to saturate and increase the melodies, or with the help of this harmony the melodies get shine and color; the second harmony is the harmony of time, that is, it is the gap between

tones that separate the next tone from the previous tone. According to al-Farabi, the harmony of time is contained in the intervals between melodies and time; the third harmony is the harmony of the combination of different tones that make up the same melody. It serves to perfect music.

Al-Farabi calls this kind of harmony “homogeneous” (types of musical tones); the fourth harmony is the harmony of a special grouping of the degrees of tones that make up the melody. Al-Farabi calls this kind of harmony the category of an octave (gamma, system), it also serves to perfect the same melody; the fifth harmony is the harmony of combinations, a special combination of musical tones, so that you can compose a melody (system, its evolution). It serves as a distribution of previous and subsequent tones in their combination and also serves to perfect one melody; the sixth harmony is the harmony of the combination of homogeneous tones, anharmonic or diatonic tones.

Al-Farabi calls combinations of uniform tones “consonance”; the seventh harmony is the harmony of the steps of musical rhythms, which the scientist considers as the main part, from which later the melody will be built from step to step (evolution). According to al-Farabi, it serves as a preparation for the promotion of first-in-line tones in melodies; the eighth harmony is the harmony of intervals separating the steps of harmonized tones. Al-Farabi calls this kind of harmony the “modulating interval, which is in order according to the scale in order.

This type of harmony serves to prepare the foundation for pitch and low sound” says the scientist; the ninth harmony is the harmony of the same types of musical tones taken in different keys (movements, performances). It is contained in harmonious tones and serves to prepare tones in various musical ranks. Al-Farabi calls her “register” harmony; and finally, the tenth harmony is the harmony of sounds, in the sense of pitch or low sound. Indeed, the pitch or low sound gives the melody perfection and harmony, al-Farabi believes [2].

References

1. Аль-Фараби, Абу Наср Мухаммад. Философские трактаты. Пер. с арабского. – Алма-Ата: «Наука», 1970. – 430 с.
2. <https://articlekz.com/article>

Ш.К. Карткожа, магистрант 2 курс
специальность «Международная журналистика»,
КазНУ им. аль-Фараби, г. Алматы
Научный руководитель. **Н.А.Ибрагимов**

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

Аннотация: в научной работе рассматривается история возникновения информационных войн - начало первых информационных войн, развитие событий и конечные результаты, победы в баталиях и большие поражения. Информационные войны могут вестись внутри страны, а также за ее пределами. Рассматриваются существующие виды понятий "Информационных войн" и проблематика этого явления, показаны механизмы, которые используют стороны, рассмотрены моральные устои и письменные источники, из которых берется информация для осуществления ведения информационных войн.

Ключевые слова: информационные войны, стратегия, проблемы, эффективность, достижения, политика, история, цели, экономика, власть, воздействия, противоборство.

Актуальностью моей научной работы выступает большое количество разного рода конфликтов между странами на мировой арене, время открытых войн и прямых

столкновений закончилось, потому что стороны несут большие потери. Последнее крупное и масштабное столкновение интересов за право влияния политического, экономического территориального и т.д. была в 1945 году, после которой мир очень долгое время старался восстановиться. И даже сегодня мы можем слышать отголоски событий тех дней. Была создана международная организация "Лига наций" для того, чтобы сохранить мир и безопасность. Но как мы можем видеть из истории второй мировой войны, данная организация оказалась не эффективной, в связи с чем прекратило свое существование и ей на смену пришла другая международная организация "Организация объединенных наций". Основы её деятельности и структура разрабатывались в годы Второй мировой войны ведущими участниками антигитлеровской коалиции. Название «Объединённые Нации» было впервые использовано в Декларации Объединённых Наций, подписанной 1 января 1942 года. И сегодня спустя 77 лет существования данной организации, мы можем видеть, что мир интегрирует в новое пространство и появляются новые рычаги, новые возможности и данная организация не успевает интегрировать в современных условиях в наши реалии. ООН в отличие от своего предшественника - Лиги наций- жестко регулирует военные конфликты и не дает им выйти на международный уровень, иначе это признание по умолчанию ее несостоятельности, хотя и не всегда ей удается урегулировать столкновения средней степени, например, такие как в Сирии, Ливии и т.д.

Сегодня страны участники ООН, не могут отказаться от своих исторических империалистических целей. ООН старается пресекать разного рода открытые столкновения в зародыше. Страны видят важность и необходимость в ООН и подчиняются ее декларации в полной мере. И связи с интеграцией и развитием мира перешли на новый вид войн, который ничем по результату не уступает открытым столкновениям, но потери почти нулевые и эти войны называются "ИВ". Эти войны также проходят внутри страны, например, политическое противоборства, религиозные распри.

Цель моего исследования - информационные войны, как новое оружие двадцать первого века, воздействия одной стороной на другую, а также признаки наличия информационного конфликта, рассмотрения понятий, исторических предпосылок. Являются ли информационные войны мифом для заработка особой группы людей или это наша суровая реальность. Возможно применение информационных войн в военных целях? какие используются комплексы мероприятий?

Информационная война (англ. *Information war*) — термин, имеющий два значения: **Процесс противоборства** человеческих общностей, направленный на достижение политических, экономических, военных или иных целей стратегического характера, путём воздействия на гражданское население, власти и (или) вооружённые силы противостоящей стороны, посредством распространения специально отобранной и подготовленной информации, информационных материалов, и, противодействия таким воздействиям на собственную сторону. Термин «информационно-психологическая война» был заимствован в русский язык из словаря военных кругов США. Перевод термина («information and psychological warfare») с английского языка звучит и как «информационная борьба», и также «информационно - психологическая война», в зависимости от текста официального документа или научной публикации. Также используется термин **психологическая война** — психологическое давление на гражданское население или военнослужащих другого государства с целью получения политических или чисто военных целей.

Правильно поданная необходимая информация помогает создать определенные условия и вызвать реакцию. Первые сводки такой войны датируются 50-ми годами 19 века, в войне Российской империи за Крым.

"ИВ" может вестись как внутри страны, так и между разными государствами и является частью сложного процесса борьбы. Наличие давления в обществе является показателем закулисных политических игр или подготовкой к каким-либо изменениям. Она не требует больших денег и применений сил. Эффективность информационной войны

зависит от правильно составленной агитации, задевающие чувства и желания населения История термина "информационная война" появилась недавно, в середине 80-х годов XX в. в связи с появлением новых целей у США, после окончания "холодной" войны и стал результатом работы американских военных ученых Г.Е. Экклз, Г.Г. Саммерз и др. Далее термин начали активно употреблять после проведения операции "Буря в пустыне" в 1991 г. в Ираке, где технологии впервые были применены в военных целях.

Из опыта истории, современные СМИ, электронные в первую очередь, которые формируют информационный мир сейчас, являются технологически оптимальным способом воздействия на мнение социума.

Общественное мнение в информационном пространстве часто используется не только во внешней, но и во внутренней политике. Появилась хорошая возможность достижения военно-политических целей только посредством формирования мнения социума. Американские аналитики сообщают о СМИ, которая создаёт очень сильный временной прессинг на лиц, принимающих решения, не оставляя времени для переговоров и анализа последствий принимаемых решений. Получается, соперник достигает целей не только военными способами, но и гражданскими.

Ведение "ИВ" является одной из составляющих политики многих стран. Поединки за человеческие умы не является целью, а относится к списку мер по сохранению безопасности своей страны или по влиянию на граждан чужой страны. Можно логически заключить что, информационная война ставит перед собой важные задачи, а именно:

- 1) Безопасность своего государства;
- 2) Поддержание патриотизма;
- 3) Влияние на граждан чужой страны с целью введения в заблуждение и достижения результата.

Подводя выводы исследования информационных войн, могу смело заявить, что они пришли на смену старым столкновениям, в которых страны как в первой и второй мировой войне несли большие потери. И очень долгое время восстанавливали свое экономическую, политическую стабильность. Информационный войны имеют два понятия, которые в какой-то степени близки, а в какой-то разные, но лично я заметил, что оба понятия взаимосвязаны. Гуманитарный и технический варианты ведут к одному результату, которого добивается сторона. Информационные войны могут вести две страны, между собой, например война за Крым между Российской империей, и Османской империей. Это война уникальна тем, что в ней использовались как прямые столкновения, так и информационные столкновения. В информационном пространстве выбросы Российской империи были намного внушительнее, чем у Османской империи, тем самым мировая общественность была уверена в том, что Российская империя, вступив в войну, защищает свои границы от оккупантов, Османская империя не видела смысла в информационной войне и не придавала ей важного значения. Наблюдая за политической ареной, информационные войны являются важным инструментом, и их главной целью является дискредитировать оппонента в глазах населения и создать у населения отрицательное или положительное мнение. На мой взгляд в университетах сегодня уделяется мало внимания информационным войнам и способом введения информационной борьбы, каждому молодому человеку необходимо знать о таком явлении и уметь через СМИ создавать необходимые образы и выслушивать все стороны ситуации, чтоб сделать правильный анализ.

Список литературы:

1. <https://school-science.ru/2/4/30136>
2. <http://www.modernarmy.ru/article/282/informacionnaya-voina>
3. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
4. <http://www.kak-bog.ru/informacionnaya-voyna-v-sovremennom-mire>

А.И. Метеркулов, Студент первого курса
Международного университета информационных технологий
Научный руководитель: **Д. Абнасыров**
Сениор лектор МУИТ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ РОСТА И ИНКЛЮЗИВНОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация - В данной статье рассматривается цифровизация Казахстана как основа развития нашей страны в разных отраслях, планы и стратегий госпрограммы “Цифровой Казахстан”, приводится статистика, динамика уровня цифровизаций, материалы и высказывания разных спикеров, причины и плюсы перехода от постиндустриального общества к информационной и не только.

Ключевые слова: цифровизация, цифровой Казахстан, цифровая трансформация, Госпрограмма «Цифровой Казахстан», цифровая экономика.

“Цифровизация - это не цель, это средство достижения абсолютного преимущества Казахстана”.

Нурсултан Назарбаев

Цифровизация – это шаг от постиндустриальной экономики к информационной, она позволяет добиться не только эффективности, но и конкурентоспособности национальной экономики.

Сегодня цифровизация стала одним из основных трендов развития экономики. Развитие цифровых технологий является главным приоритетом всего евразийского экономического пространства. Согласно прогнозам ведущих мировых экспертов, к 2020 году четверть мировой экономики будет цифровой, и внедрение технологий цифровизации экономики, позволяющих государству, бизнесу и обществу эффективно взаимодействовать, становится все более масштабным и динамичным процессом.

В своих выступлениях на форуме “K-TechTechnologySummit 2018” генеральный директор международной компании “CiscoКазахстан” Дмитрий Шустер заметил: «У нас 95% рабочего процесса – ручной труд. В итоге большая часть времени уходит на то, чтобы поменять или починить то, что не работает».

Также г-н Шустер привел статистику компании Gartner, по которой к концу 2020 года ожидается 20 млрд новых устройств, подключенных к сети. «Получается, что по факту во всем мире ежедневно к сети будет подключаться более 10 млн новых устройств», – отметил спикер.

Цифровизация – это не просто «дань моде», это необходимость, которая позволяет:

- организовывать процессы эффективнее, прозрачнее, чётче.
- даёт возможность усовершенствования решений для более эффективной работы и оптимизации ресурсов бизнеса с ещё большей выгодой.
- своевременно выявлять отклонения и помогает определять причины отклонений
- позволяют нам производить анализ исполнения производственных планов
- помогает оперативно выявлять и устранять внештатные ситуации.
- Отслеживание рациональности действий
- за счёт внедрения цифровых технологий уменьшится себестоимость продукции, увеличится добыча в сфере добывающей промышленности и т.д.

В Казахстане разработана программа «Цифровой Казахстан», которая должна стать основой быстрого роста технологий в республике и переориентации на электронный формат оказания услуг.

Предусматривается цифровизация промышленности в сфере:

- Электроэнергетики

- транспорта и логистики
- сельского хозяйства
- развитие электронной торговли
- развитие финансовых технологий и безналичных платежей.

Направление гос. программы «Цифровой Казахстан»

Статистика №1



Статистика №2



Основанием для разработки программы стало Послание президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 31 января 2017 года: «Поручаю правительству разработать и принять отдельную программу «Цифровой Казахстан».

Целью программы стало вхождение страны за семь лет в топ-30 стран мира по цифровизации. Индикаторы ее достижения к 2020 году следующие:

- число рабочих мест в сфере ИКТ вырастет до 192 тыс.;
- рост доли онлайн-госуслуг поднимется от 35% (2017 год) до 80%;
- интернетом будет пользоваться на 4% больше населения, чем в 2017-м, т.е. 81% населения;
- доля электронной торговли достигнет 2,3%;
- уровень цифровой грамотности возрастет на 6%, до 81,5%....

Также, основной целью является повышение уровня цифровой грамотности жителей

Казахстана, В соответствии с Государственной программой «Цифровой Казахстан», утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан предусмотрен целевой индикатор по повышению уровня цифровой грамотности населения :

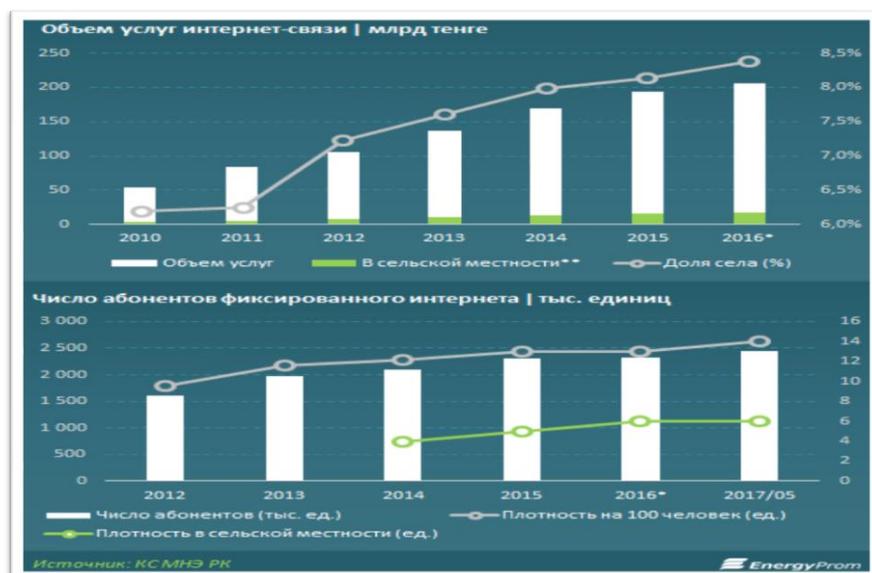
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|-------|-------|-------|------|
| Уровень цифровой грамотности населения | 79,5% | 80,0% | 81,5% | 83% |

Одно из основных опасений общества, профсоюзов, связанных с направлением цифровизации

это замена людей автоматизированными процессами и, соответственно, массы безработных - *“Это самое большое заблуждение! Цифровизация не является способом замены человеческого труда, скорее выступает вспомогательным инструментом, работающим на повышение эффективности и совершенствование профессиональных навыков. Процесс оцифровки создаёт новые рабочие места и формы занятости, лишённые рутинных операций.*

Поэтому, резюмируя: опасаться увольнений не стоит. Цифровизация - это не сокращение людей, это смена навыков. А главным, ключевым успехом любого дела всегда, во все времена и при любых технологиях были и остаются люди.” – говорит управляющий директор Фонда национального благосостояния “Самұрық Қазына” Даурен Керейбаев.

Статистика №3



Справка: Как заявляло правительство, благодаря цифровизации казахстанская экономика должна увеличиться на 30%. К примеру, только за счёт цифровизации таможенных и налоговых услуг в бюджет государства поступит более 100 млрд тенге.

Смотря на график можно сделать вывод об улучшении качества услуг интернет связи и увеличения количества людей, использующих интернет. 21 век не зря называют веком технической революций, по данным “InternetWorldStats” (IWS) на 30.06.2018 количество пользователей интернета составляет 4 208 571 287 человек, что является показателем на 7% по сравнению с прошлым годом (2017). То есть у 55.1238303961%

человек в мире имеется доступ к интернету (Всё население планеты составляет 7 634 758 428 чел.) (см. статистика №4)

Другие показатели из отчётов “GlobalDigital” за 2018 год:

- Использование мобильного интернета составляет более половины всего мирового веб-трафика.
- Почти 1 миллион чел. впервые начали использовать соцсети каждый день за последний год. (2018)
- Всё больше лиц старшего возраста присоединяется к социальным сетям. Только на Facebook число пользователей в возрасте 65 лет и старше увеличилось почти на 20% за последний год.
- Количество подростков в возрасте от 13 до 17 лет, использующих Facebook, также увеличилось, но только на 5% с января 2017 года.
- Средний пользователь проводит в интернете около 6 часов каждый день. В лидерах — жители Таиланда, которые проводят в сети 9 часов и 38 минут.
- Общемировые расходы на электронную коммерцию в 2017 году достигли почти \$1,5 трлн., причем только на потребительские товары. Если добавить траты на другие категории, такие как онлайн - покупка билетов, туров, цифровой контент и мобильные приложения, то общая глобальная стоимость электронной торговли будет ближе к \$2 трлн.

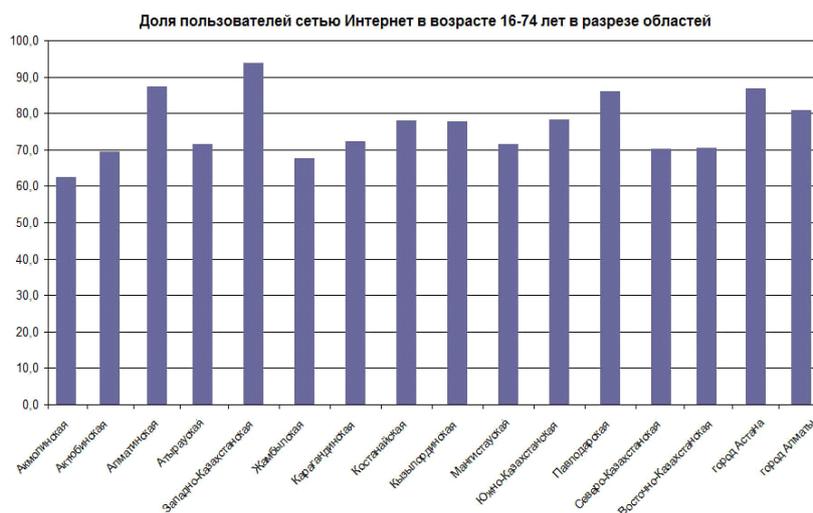
Недорогие смартфоны, доступные тарифы за 2017 год стал основным ключевым фактором роста интернет-аудитории. В 2017 году более 200 миллионов человек впервые стали владельцами мобильных устройств, и теперь две трети из 7,6 млрд мирового населения имеют мобильный телефон. Более половины из используемых сегодня мобильных устройств относятся к классу «умных», поэтому людям становится все проще получить доступ ко всем возможностям, которые предлагает интернет, где бы они ни находились.

Рост отмечается и в аудитории социальных сетей. За 2018 год количество людей на самых популярных социальных площадках увеличивалось ежедневно на почти 1 миллион новых пользователей. Каждый месяц с соцсетями взаимодействуют более 3 миллиардов человек, и 9 из 10 заходят туда с мобильных устройств.



Статистика №4

В Казахстане ситуация движется наряду с ситуацией в мире, как передает Finprom.kz, за три квартала 2018 года объем услуг интернет-провайдеров по предоставлению доступа составил 180,5 миллиарда тенге. Это на 6,7% больше, чем в прошлом году. В Казахстане только за последние 10 лет количество интернет-пользователей увеличилось в 19 раз. Среди доли пользования интернетом лидерами являются Алматинская, ЗападноКазахстанская, Павлодарская и Акмолинская область.



Статистика №5

Сегодня перед Казахстаном поставлена задача по вхождению в 30-ку самых развитых стран мира, которая требует нового инновационного развития и ускоренного технологического обновления. Государство поставило цель ускорить темпы развития экономики и улучшить жизнь граждан за счёт использования цифровых технологий. Приоритеты поставленные государством на образование, техническую отрасль и конкурентоспособность, безусловно, являются правильным решением. Будущее – за технологиями, пожалуй это ясно каждому, наша общая цель, цель молодёжи – показать Казахстан с лучших сторон на мировой арене, стать конкурентоспособным, процветающим лидером среди государств.

Список использованных источников:

1. Информационно-рейтинговый портал Forbes (“Как цифровизация выведет экономику на новый уровень”)
2. Новостной портал kursiv.kz (Форум по цифровизаций “K-TechTechnologySummit 2018”)
3. Научный журнал Digital.kz (статистика и фото)
4. Отчёт “Global Digital” за 2018 год
5. Портал sputniknews.kz

Nazym Les, Student of 4th year
Major «International Relations» Narxoz University
Scientific supervisor: **Z. Imyarova** Professor-researcher

RISE OF DIGITALIZATION IN BUSINESS SPHERE

Abstract: This article describes the rise of digitalization in business sphere and cover the following research questions are ‘What digitalization means to the companies?’, ‘How the use of modern technology affects the productivity of various industries?’ and ‘What kind of ways they use to meet consumers’ expectations?’

Keywords: digital transformation, process of automatization, innovative solutions, digital products.

What is digitalization?

First of all, to understand what is Digitalization, it is the digital transformation involving continuous change process in digital world, based on a sophisticated IT infrastructure, digital applications and optimally networked systems and data. In simple words, it is the way of modern

technology development, facilitation of getting access to information, communications, and services through the advanced technology.

Digital transformation leads the fusion of online and offline, disruptive technologies and the radical change of entire industries. The process of automatization also leads to innovative business models and digital products. The most common drivers of progress are increased customer expectations and competition in the market. [1]

Benefits to society

Modern society is driven by digital technology. It is already living in the middle of it. Smartphones, Ipads, headphones and other smart technology is something we rarely leave at home while hanging out somewhere. Even if we go out without them, it seems like something's missing, as useful as your arm or leg. [2] In a wider meaning, it's hard to count all the opportunities technology provides for society.

- Digital solutions can simplify a country's security and intelligence systems, and its economy and infrastructure.
- For citizens, digitalization promises much needed improvement both in the delivery of public services, such as Government/Bank issued certificates, and other services, financial or other consultancy services.
- Digital solutions and services can facilitate trades and settlement worldwide.
- Defend against malpractices such as embezzlement and money laundering.
- Digital platforms are connecting buyer and seller directly, eliminating the middleman [3].

Opportunities for companies

As for the business industry, it's no surprise that companies are using more and more technologies. Not only do the companies increase their profit, but also make their own contribution to the global technological development. The list of advantages, taken from modern technology, goes like following:

- *Increasing efficiency.* It goes without saying that since we've got instant access to the information, which is delivered in seconds, the efficiency of work increases significantly. Which products the company has in stock, what type of products the customers expect, the closest shop to home are all checked on the internet. \

- *Reducing operating costs.* The more increases work efficiency, the cheaper it's going to be. It is easy to check the taxation, wages, efficiency rate and company's task and goals, registered on the company's platform.

- *Analyzing data.* Companies can research the customers' expectations, what products are in demand, production costs and so on. It is important to know in advance what to expect from your business. And the fastest way of conducting research is through the internet.

- *Safer data storage in the cloud.* Losing the data also wouldn't be a problem with the internet. For example, mail cloud and google disc are the most useful innovations which help to store data without a risk to lose it. Even if technology is stolen or broken, the safer data storage in the cloud requires only the password to get earlier saved information.

- *Lack of human error.* Also, since the systems are automatized, it takes much less effort to work with information. In comparison with humans, smart technologies are less likely to make errors, as they are made for exact purposes. [4]

- *Artificial Intelligence.* Another advanced technology type is AI. Despite disputes and dark predictions around AI, in reality, it's quite the opposite.

- Three-quarters of executives believe AI will enable their companies to move into new businesses. Almost 85% believe AI will allow their companies to obtain or sustain a competitive advantage. However, AI has already changed the business world to such an extent, that companies use it to automatize work and certain activities. Among them is performing data analysis, creating algorithms, or even improving the communication between the company and clients.

- *Flexible Work.* Thanks to the digitization we can choose how to work and when to work. With

all the data and information being stored on digital media and devices, we can easily transform it and access it from anywhere. Technological progress and digitization made it possible to adjust work schedule to our personal needs and lifestyle. Since many services are provided with the use of technological tools, more and more companies rely on freelancers and remote workers as they can deliver their work via internet and varied platforms. And sometimes much faster than those working in the office.

- *Innovation.* Digitization is not only about transferring data into the electronic thing but also about using these things and finding new ways of developing them. There are so many new, innovative solutions on the market. And they can be applied to almost any aspect of the business world. Innovation in technology helps companies to come up with new ideas, reach a wider audience, use special tools for organizing and managing work, but above all, create a better product which makes customers happy, satisfied, and enhances their daily life. [5] *New Business Models.* Digitization made it possible to create many new business models. But it's not only that. With all the information and tools available online, companies can create business models adjusted to their own needs. They can apply new ideas to old strategies, play with resources and in result build something completely different, brand-new, and often innovative. This plays a big role in delivering a perfect product and wasn't available before the era of digitization.
- *Reliable Brands.* Due to its popularity and influence, social media marketing should be front and center on any company's marketing strategy as customers need to trust and understand the company they are buying from.
- *A New Breed of Influencers.* Social media and video outlets like YouTube have enabled 'regular' people to become incredibly influential. Companies no longer need to hire celebrities to endorse their products in order to get millions of people interested in their product or service. [2]
- *Communication* is one of the most important aspects of our lives, and work in particular. Without a proper communication, a business cannot thrive and develop the right product. The lack of right information transfer leads to misunderstandings and conflicts. Luckily, there are many tools and channels via which a business can communicate, both with the employees and clients. There are various platforms enabling a smooth exchange of information, and even files, documents, etc. For example, WhatsApp, Viber, Skype, Telegram and Facebook. Moreover, there are other "tools" enabling communication and exchange of thoughts, such as blogs and websites, conferences, coaching sessions, or business meetings. All that is possible thanks to the digitization. [2, p.5]

In today's fast-moving, always connected and always on society, companies are forced to seriously consider implementing a digital transformation strategy, if they haven't already. Digital transformation offers organizations an opportunity to engage modern buyers, and deliver on their expectations of a seamless customer experience regardless of channel or place. Digitalization for companies is as important as handphone to us. Technology helped not only to develop business industry, but to develop the productivity and comfort of everyday life. [6]

References

1. Successful digitalization of Business models <https://www.aoe.com/>
2. 9 WAYS DIGITAL HAS CHANGED BUSINESS FOREVER <https://digitalmarketinginstitute.com/>
3. What Is The Role Of Digitalisation In Business Growth? <https://digitalagencynetwork.com/>
4. The rise of Digitalization in Business <https://www.comparethecloud.net/>
5. Ways in Which Digitization is Changing Business World <https://www.timecamp.com/>
6. How Digital Transformation is Driving Customer Experience <https://www.superoffice.com>

Н. Нурлан, Студентка 3 курса
специальности «Цифровая журналистика».
Научный руководитель: **С. В. Ашенова**, кафедра МиИК, МУИТ, Алматы.

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА: МУЛЬТИМЕДИА, КРОСС-МЕДИА, ТРАНСМЕДИА – В ЧЕМ РАЗНИЦА

Аннотация. В статье рассматривается градация терминологии современной цифровой журналистики и приводится специфика практического определения методов и способов передачи информации с помощью новейших технологий.

Ключевые слова: мультимедийная журналистика, кроссмедиа, сторителлинг, трансмедиа, медиаплатформы, медиаканалы, цифровой контент.

Вопросов много – и это хорошо

Эти три термина можно разделить по тому, как они используют медиаформу и медиаканалы. Медиаформа – это язык, который используется в истории, он может включать текст, фотографии, иллюстрации, живые изображения, аудио и так далее. Затем эти формы воспроизводятся в некоем месте – это место и есть медиаканал.

Мультимедиа

В поиске слова, описывающего возможные сочетания медиаформ в начале цифровой эпохи, мы позаимствовали термин «мультимедиа». Он распространился в среде журналистов, когда новости впервые появились в интернете. Газеты в некотором роде захватили этот термин, чтобы описать рассказывание истории не только словами и статичными изображениями, но еще и с помощью инфографики, звука и видео. Кинохроника и телевидение уже практически сто лет рассказывали новости с помощью текста, звука, статичных изображений, видеозаписей и справочных графиков. Сейчас, когда важна не только оперативность и эксклюзивность, но и «упаковка» информации, для профессионального журналиста необходимым становится умение работать с инструментами мультимедиа.

«Мы живем в информационном мире, и замечаем это только потому, что уже не можем сбежать от информации» – *Георг Франк, исследователь сферы коммуникации.*

Инструменты мультимедиа делят на:

- иллюстративные – статичные иллюстрации, фотоленты, слайд-шоу, графики/рисунки/карикатуры, инфографики;
- аудиальные – подкасты, аудиоиллюстрации, аудиоверсии текста, аудиосюжеты;
- видео – видеосюжеты, потоковое видео, интерактивные видеомосты;
- синтетические - слайд-шоу со звуком, мультимедийное ток-шоу, информационные игры, интерактивные рисунки или видеосюжеты;
- карты, схемы.

В рамках мультимедиа вы собираете много форм на одном канале для рассказа одной истории. Например, полноценный веб-проект The New York Times 2012 года Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek (Снегопад: Лавина в тоннеле Крик). Это один из лучших примеров мультимедийного сторителлинга. Текст, фотографии, видео, карты и взаимодействие используют, чтобы рассказать историю, и все это собрано на веб-сайте. Несмотря на то, что у проекта есть свои недостатки, он был настолько новаторским, что его название превратилось в глагол. «Сделать снегопад» («to make a snowfall») – значит создать цифровую историю, используя ту же эстетику, которую отшлифовывает Times в своих проектах Tomato Can Blues и Extra Virgin Suicide. Конечно, Times не одиноки. Проект Seattle Times Sea Change тоже является впечатляющим примером мультимедийного сторителлинга. Это новый формат подачи текстовой информации в Интернете. Это разбивка текста видеопрезентациями, инфографикой, цитатами, фото. Это совмещение всех возможных мультимедийных инструментов для увлечения читателя.

М. Дезе в статье «Что такое мультимедийная журналистика?» избегает прямого определения термина и обращается к практическому определению, приводя примеры ее воплощения на практике от самых ранних простейших форм до более сложных.

Среди таких примеров автор называет:

1. Репортаж с места событий с использованием видеокамеры: журналисты печатных СМИ записывают отдельные моменты на камеру для партнера с ТВ-канала, который входит в их компанию.

2. Галерею снимков, которые фотожурналисты делают для интернет- или печатной версии газеты.

3. Подшивку новостей или новостные сводки, подготовленные журналистами печатных, вещательных или онлайн-СМИ и предназначенные для рассылки на e-mail, iPad или для рассылки новостных сообщений через SMS.

4. Совместные проекты между различными СМИ по сбору, редактированию и предоставлению новостных материалов с использованием разных форматов.

5. Полностью интегрированную мультимедийную редакцию, в которой команды журналистов из печатных, вещательных и онлайн-СМИ вместе собирают информацию, составляют базы данных и думают над упаковкой контента, предназначенного для распространения на всех медиаплатформах. Однако примеры 4 и 5 – это скорее воплощение конвергентной журналистики на практике. Определение другого исследователя С. Куина более точное. Под мультимедийной журналистикой он понимает «сочетание аудио, фото-, текстовых материалов и интерактивности ... мультимедийная журналистика – это возможность рассказывать о событиях по-новому, используя преимущества каждого СМИ».

Некоторые эксперты под мультимедийной понимают онлайн-журналистику, основанную на предоставлении мультимедийного контента на сайте СМИ. Однако термин «онлайн-журналистика» (виртуальная журналистика, интернет-журналистика или i-журналистика) отличается от мультимедийной. Разница между этими понятиями заключается в цели журналистики: онлайн-журналистика не имеет своей целью мультимедийность – т.е. рассказ о событиях в цифровом формате, используя мультимедиа, мультимедийность можно рассматривать как возможный, но не обязательный элемент онлайн-журналистики.

Сегодня современные медиа-компании расширяют свой спектр информационных и развлекательных продуктов и используют при этом «новые» формы подачи медиапродукта: онлайн газета, радио в интернете, веб-телевидение. Среди современной аудитории медиа образовался целый пласт людей, которые не читают газеты, не смотрят телевидение и не слушают радио, более существенную информационную роль для них играет Интернет и мобильные сервисы. Для того чтобы не потерять этих людей из поля зрения, традиционные СМИ были вынуждены предлагать контент, отвечающий их потребностям в привычной для них онлайн-среде.

К традиционным СМИ и традиционным видам коммуникации добавились новые медиа и новые виды коммуникации – блоги, социальные сети, мобильные телефоны, планшеты, где скорость интернета «равна скорости самолета». Теперь потребитель может получать новости в любой ситуации – на ходу, в очереди, в личном и общественном транспорте, на работе, во время приема пищи, во время занятий спортом, лишь бы под рукой был гаджет, позволяющий получать новости. «То, что журналисты стали использовать мультимедийные технологии – это следствие появления Интернета как нового канала передачи информации», – пишет Мария Лукина в журнале «Медиа-тренды».

Таким, образом, мультимедийная журналистика это определенный способ представления журналистского материала, это медиапродукт, который посвящен одной теме и сочетает в себе несколько форматов. Это – другой способ подачи информации, другой способ творческого мышления.

«Новый журналист», работающий в конвергентной редакции должен уметь:

- производить новостные материалы для онлайн ресурсов;
- загружать аудио- и видео-подкасты в Интернет;
- снимать видео-репортажи;
- делать фотографии, а также обрабатывать их и загружать в Интернет;
- оперативно работать на компьютере;
- ориентироваться в сети Интернет;
- делать новостные сообщения в виде SMS-сообщений;
- использовать всевозможные компьютерные программы;
- передавать информацию через Wi-Fi сразу в выпуск, в номер и на сайт;
- вести всевозможные блоги;
- отбирать качественные факты и данные;
- быть доступным в любое время суток.

Сейчас термин «мультимедиа» применяется почти для любого вида цифрового сторителлинга.

Мультимедиа = одна история, много форм, один канал.

Кроссмедиа

Этот термин чаще всего используют в рекламной индустрии. Он означает, что история рассказывается с помощью нескольких разных медиаканалов. Кола добавляла «жизни» в 1970-х на ТВ, на страницах журналов и радио. В журналистике вы встретите много подобных примеров у организаций, которые работали еще с телеграфными проводами. Такие новостные агентства, как The Associated Press, Reuters и другие раздают свои истории разным газетам по всему миру, журналам, радио и телеканалам. Но в каждой такой истории – одинаковый набор фактов, скомпонованных более-менее одинаково. В это распределение включаются тексты, изображения и видео, и все они рассказывают ту же самую историю тем же самым способом.

Если в мультимедиа используют несколько медиаформ, то в кроссмедиа используют несколько медиаканалов. Если использование той или иной формы в мультимедиа зависит от разных стилей обучения или способов восприятия, то в кроссмедиа каждый канал используется, чтобы достигнуть широкой аудитории.

Кросс-медийная журналистика (англ. *crossmedia journalism*) предполагает использование более чем одного СМИ, как аналогового, так и цифрового. Контент может транслироваться на различные устройства, такие как: КПК, мобильный телефон, телевизор. Суть кросс-медиа в том, что один и то же контент может распространяться по различным платформам. Термин «кросс-медиа» можно считать синонимом «мультимедийной журналистики», так как они оба указывают на создание журналистского продукта как минимум для двух медиа.

Возникновение кросс-медийной журналистики

Современные технологии коммуникации и распространения информации стремительно меняются. Развитие интернета создает новое пространство и новые возможности для потребления и популяризации информационного продукта. Текст как единица содержания подвергается дигитализации, то есть переносится в цифровое пространство. Предпосылками для развития кросс-медийной журналистики стали:

- упадок «старых медиа» (традиционные газеты, радио, журналы, ТВ стали не единственными каналами, где можно получить оперативную, полную информацию)
- новые каналы коммуникаций: цифровые (текст, аудио, видео), интернет (веб-страницы, почта, блоги, RSS и так далее);
- появление новых медиа (интернет-СМИ, цифровое вещание, создание персонализированного контента);

- интерактивность: статистика посещаемости даёт понятие о том, что желают люди.

Пользователи могут принимать участие в создании контента.

Первые кросс-платформы возникли десять лет назад в результате развития новых технологий, резкого спада интереса к традиционному телевидению и документальному кино. В попытке удержать зрителя такие прогрессивные каналы, как британский Channel 4, шведский SVT, франко-германский Arte, создали свои кросс-платформы, а пользователи активно им в этом помогали.

Уровни кросс-медиа

Гэрри Хейс выделял четыре уровня кросс-медиа: Crossmedia 1.0, Crossmedia 2.0, Cross - media 3.0 и Crossmedia 4.0.

1. Crossmedia 1.0 – *Pushed* (англ. *выдвигать, толкать*). Одинаковый или с незначительными вариациями контент размещается на разные медиаплатформы в различных форматах.
2. Crossmedia 2.0 – «дополнительный» контент создается одновременно с основным и распространяется на платформы, которые отличаются от основных и редакционно от них не зависят.
3. Crossmedia 3.0 – автор специально структурирует историю для разных медиаплатформ с целью усиления воздействия на аудиторию. Контент, размещенный на одной платформе, является своеобразным «мостиком», который побуждает потребителя перейти на другую медиаплатформу.
4. Crossmedia 4.0 – предусматривает нелинейное распределение контента между многими платформами, создание условий своеобразной игры, когда участник живет, выбирая собственный путь развития истории. Crossmedia 4.0 объединяет элементы первых трех уровней, является более динамичным, поскольку автор кросс-медийного проекта должен «жить» в истории вместе со своей аудиторией и играть с аудиторией на ее условия.

Последствия для журналиста

Кросс-медийные процессы имеют для журналиста несколько весомых последствий:

1. Теперь журналист должен научиться работать для различных платформ, чтобы, работая с содержанием, предложить его и газете, и информагентству, и телеканалу;
2. Изменились требования к журналисту. Обязательным является понимание специфики адаптации контента для каждой платформы, умение работать с различными цифровыми носителями. Нередко при этом приходится совмещать роли автора, фотокамера, телеоператора, звукорежиссера;
3. Кросс-медийность СМИ порождает новые интегрированные жанры такие как инфотеймент. Сегодня сочетание новости с развлечением или игры с обучением никого не удивит, и это только начало пути кросс-медийных жанров

Мы живем в уникальное время конкуренции средств массовой коммуникации за внимание аудитории. На наших глазах печатные версии газет, традиционное радио, массовое эфирное телевидение сдают позиции перед Интернетом как каналом коммуникации. Скорость, мобильность, универсальность, интерактивность, мультимедийность – вот ключевые слова современного СМИ, современной редакции и современного медиaprостранства. Задачей СМИ становится не просто собрать, получить и изложить информацию, а с помощью новых технических возможностей предложить контекст и объяснить людям новости.

Кросс-медийная журналистика (конвергентная журналистика) – это процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.

Кросс-медиа – это медиа-продукт (услуга, опыт или история), распространенный через медиа-платформы, используя различные медиа-инструменты. Такое определение кросс-медиа дает нам Wikipedia.

Кроссмедиа = одна история, много каналов

Трансмедиа

Термин «трансмедиа» сформирован с помощью префикса «транс» в сочетании с «медиа». «Транс» означает «за пределами», «пересекающий» и раскрывает что-либо, что выходит за границы. Таким образом, термин означает выход за границы медиа. Джеффри Лонг в 2007 году предложил считать трансмедиа не существительным, а прилагательным, так как само слово несет в себе описательную характеристику. Для определения формы повествования термин стали использовать в 1991 году, когда Марша Киндер, киновед, опубликовала книгу *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Там она определяет «коммерческие надсистемы интертекстуальных трансмедиа», которые обозначают франшизы, распределяющиеся на нескольких медиаплатформах. А в 2003 году Генри Дженкинс, британский философ и культуролог, ввел термин «трансмедиа сторителлинг», обозначающий процесс, в котором части истории распределены по разным мультимедиаплатформам с целью создания интегрированного опыта, который получит аудитория. Тем не менее, феномен рассказывания истории на нескольких медиа не нов, и термин «трансмедиа» был актуален на протяжении нескольких десятилетий. Например, в 1970-м Британский журналист Бернارد Левин назвал одну из глав своей книги *The Pendulum Years: Britain in the Sixties* «Трансмедиа и сообщения».

Проекты трансмедиа могут быть связаны как с настоящими, так и с вымышленными историями. Они характеризуются участием нескольких медиаплатформ; расширением содержания; вовлечением аудитории. Трансмедиа сторителлинг использует преимущества телевидения, радио, печатных СМИ, интернет-медиа, чтобы глубже изучить и рассказать историю. Особенность трансмедиа заключается в производстве неидентичного контента для каждой из вовлечённых платформ. Возможность читать текст, смотреть видео, увеличивать фотографии, изучать карты, работать с гиперссылками, а также обмениваться информацией через социальные сети вовлекает аудиторию в трансмедиа. Контент пересекается, смешивается и формируется персонально для каждого пользовательского опыта. Есть несколько известных международных примеров развлекательного трансмедиа сторителлинга. Например, сериал «Лост», фильмы «Матрица» и «Аватар». Трансмедиа проекты, основанные на реальных событиях – это *Fish Fight* (Channel 4, Великобритания) и *The Great British Property Scandal* (Channel 4, Великобритания).

Термином «трансмедиа» принято обозначать совокупность разного типа контента, части которого транслируются посредством различных каналов коммуникации, но при этом относятся к одному медиапроекту. То есть, в широком смысле слова, трансмедиа – это способ рассказа истории, содержательные части которой разворачиваются на нескольких платформах: телевидение, мобильное приложение, YouTube-канал и прочее. Это способ повествования и распространения информации по средствам использования различных медиа платформ. Под медиа платформами в данном случае понимается следующее:

- *Телевидение;*
- *Книги;*
- *Веб сайты, социальные сети, твиттер и др;*
- *Реальный мир (афиши, плакаты);*
- *Мультимедийные презентации;*
- *Компьютерные игры и др.*

При этом трансмедиа имеют некоторую степень интерактивности и предоставляют потребителям возможность влиять на развитие сюжета, например, путем СМС-голосования, участия в интернет-форумах и офлайн-мероприятиях. В русском языке

термин «трансмедиа» используется не совсем корректно. Под ним чаще всего подразумевают существительное, хотя слово *transmedia* – это прилагательное, которое употребляется в словосочетаниях *transmedia narrative* и *transmedia storytelling*, то есть именно как особый способ повествования. Трансмедиа часто путают с другими типами так называемых «новых медиа»: мультимедиа и кросс-медиа.

Использование трансмедиа позволяет пронизывать повседневную жизнь человека определенной информацией, а именно интересной историей, которая становится популярной среди многих людей. Например, рекламирование бренда сотовой компании за счет распространения рекламы на разных медиа платформах. При этом на каждой из выбранных для рекламы платформ будет разворачиваться свой кусочек общей истории.

Важно отметить, что отдельные части общей истории не только связаны между собой (явно или незаметно), но и синхронизованы в повествовании. Каждую часть истории можно понять отдельно. Но в то же время основной эффект трансмедиа заключается в том, что человек получает удовольствие от того, что он собирает полную историю из нескольких кусочков, полученных на разных медиа платформах. Такая история лучше запоминается и создает заинтересованность людей. Люди начинают обсуждать и следить за продолжением истории.

Таким образом, трансмедиа – это распространение, рассказывание какой-то истории. (*Telling stories across multiple media – transmedia storytelling.*)

Зачем нужны истории?

- *Убеждение, побуждение к чему-то.* Например, подключиться к новому сотовому оператору.
- *Объяснение чего-то.* Например, информация о новом продукте компании.

Кто создает истории? – Различные компании и организации, заинтересованные в продвижении продукта или услуги.

Зачем используются несколько медиа платформ? – Как правило, в своей повседневной жизни человек пользуется разными медиа платформами. Поэтому, для того чтобы создать интерес к истории, необходимо предоставить доступ к получению информации об изменениях событий истории на разных медиа платформах.

С трансмедиа мы больше не рассказываем только одну историю. Мы рассказываем много историй, которые становятся плотью на костях мира историй. В журналистике этот мир историй становится важной темой – это может быть сообщество или даже ритм регулярных новостей репортера. Каждая история завершена сама по себе, но, если соединить вместе многие из них, они могут расширить наше понимание более крупного предмета.

Несколько историй на одну тему и новостной повод не новы для журналистики. Но с трансмедийным сторителлингом мы помещаем множество разных историй во множество медиаканалов. Это расширяет аудиторию, что делает кроссмедиа, и даёт ценную возможность достучаться до целевой аудитории, которая может использовать эту информацию лучше всего. Рекламодатели больше не «распыляются и молятся». Они делают рекламу для целевой аудитории и кладут ее прямо под нос своей аудитории. Они формируют эффективную аудиторию. Если это будет сделано удачно, то целевая аудитория разрастается в более эффективную массовую аудиторию.

Трансмедиа сторителлинг также стремится продлить вовлечение читателя в историю, не повторяя её содержания. Мы рассказываем несколько разных историй в разных формах на множестве каналов. Тогда у читателя появляется причина прочитать больше, чем одну из этих историй, с надеждой, что это увеличивает время, которое он проводит в нашем мире историй. В журналистике мы хотим углубить взаимодействие с темой. Чем дольше читатель остается с нами, тем ценнее становится информация.

Для создания трансмедиа в журналистике необходимо партнерство и сотрудничество. Мало у кого из журналистов есть в арсенале все навыки, необходимые

для того, чтобы самостоятельно создать много историй в разных формах. Это усилия команды, и несколько устаревших новостных компаний контролируют больше, чем один или два медиаканала. Чтобы правильно определить целевую аудиторию, им нужно будет сотрудничать с владельцами других каналов на взаимовыгодной основе. Для журналистики такое сотрудничество не в новинку. Например, газеты и телевизионные каналы работают вместе над некоторыми историями уже не первый десяток лет.

Трансмедиа = одна большая тема, много историй, много форм, много каналов

Мультимедиа, кроссмедиа и трансмедиа – это разные точки подвижного спектра, который по-разному переливается. У каждой точки спектра есть свои уникальные особенности повествования, которые дают нам гибкий набор инструментов для журналистики 21 века.

Список литературы:

1. Multimedia, Crossmedia, Transmedia. *Kevin Moloney*
2. Журналистика конвергентная, кросс-медийная, мультимедийная, цифровая. *Studme.org*
3. Кросс-медийная журналистика. *Материал из Википедии – свободной энциклопедии*
4. Мультимедийная журналистика. *Материал из Википедии – свободной энциклопедии*

Мацюк Дмитрий Анатольевич,

канд. филос. н., кафедра Ассамблеи народа Казахстана и социально-политических дисциплин, Актюбинский Региональный гос. университет им. К. Жубанова

ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК ДУХОВНО-ЦЕННОСТНЫЙ ПРИНЦИП СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Түйіндеме

Мақалада төзімділік қазіргі заманғы бірігудің рухани принципі ретінде қаралып, оған әлеуметтік-философиялық тұрғыдан талдау жасалынады.

Summary

In this article the social and philosophical analysis of tolerance as spiritual principle of modern integration is carried out.

Выдающиеся философы и мыслители на протяжении всей истории искали идеал отношений, движение к которому избавило бы общество от многочисленных войн, гражданских неурядиц, и в целом социального насилия. Однако любому историческому периоду в силу объективных обстоятельств были свойственны данного рода явления. Тем не менее, человечеству не были чужды ценности добра, любви и сострадания. Поэтому начиная с архаичных философских традиций Древнего Востока и античности, ученые мужи прославляли идею ненасилия, одной из граней которого явилось явление толерантности.

Под толерантностью мы будем понимать такой характер социальных отношений, в рамках которых участники рассматривают друг друга в роли равных субъектов. Отсюда следует, что люди, действующие в рамках толерантного поля, способны обезопасить себя и своих оппонентов от проявления таких деструктивных моментов, каковыми является национализм, ксенофобия, антисемитизм, расовая дискриминация, политическая нетерпимость и т.д. Более того, как было отмечено в «Декларации принципов толерантности», утвержденной ЮНЕСКО 16 ноября 1995 г.: «Толерантность означает

уважение, принятие и понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявления человеческой индивидуальности» [1, с.277]. Тем самым важной функцией толерантности должна стать ее способность стать связующим звеном между частным и общим при одновременном сохранении их различия в единстве.

Толерантность по своей природе неоднородна. Исходя из современных социокультурных процессов, нам представляется сообразным выделить ее четыре основные формы:

1. Этническая толерантность;
2. Религиозная толерантность;
3. Политическая толерантность;
4. Бытовая толерантность.

Попытаемся выявить характерные черты каждой, а также показать сложности их реализации в практике общественных отношений.

1. Этническая толерантность – явление, бурно обсуждаемое в последние годы в условиях все более возрастающего уровня межэтнических конфликтов. «Этническая предполагает терпимость в отношении инаковости жизненного уклада, ценностей, способов поведения представителей других национальных сообществ» [2, с.137].

Наличие этнической толерантности в жизни многонационального государства является наивысшей социальной ценностью, поскольку она позволяет выстроить такой формат межэтнических отношений, в рамках которых каждый представитель той или иной нации имеет равные права и возможности, а государство посредством законодательных рычагов гарантирует их реализацию. Однако теоретические разработки этнического толерантного поведения не всегда совпадают с практикой общественных отношений.

Как известно, мононациональных государств в современном мире не так много (примером служит Япония, а также ряд африканских и латиноамериканских государств). Но даже в них теоретическое отсутствие перспективы межнациональных катаклизмов, не снимает с повестки дня трения политической жизни (ярким примером могут служить события осени 2013 - зимы 2014 гг. в Таиланде). А если образно сконструировать реальность, в рамках которой межэтнические столкновения спровоцировали конфликты политического характера, то она целиком будет соответствовать печальным событиям Югославии 1992 г. (когда межэтнические проблемы привели к политическому расколу единой страны). И в тех событиях первичным моментом развертывания столь масштабного внутригосударственного кризиса по большей мере способствовала именно этническая нетерпимость, как явление, порожденное рядом недалёковидных политиков и их мнением о том, что каждая нация имеет право на самоопределение путем прямого ущемления прав других этносов. Поэтому печальные события не столь далекого прошлого подтверждают мысль о том, что реализация в жизни полиэтнического государства практики дружественных межэтнических отношений, базирующихся на ценности этнической толерантности, является позитивным критерием развития современного многонационального государства.

Достижение же состояния этнической толерантности явление не быстротечное, оно является многовековым историческим процессом, что мы и наблюдаем в истории Казахстана. Следует понимать, что та этническая толерантность, которая сложилась в современном Казахстане, имеет свои глубокие исторические корни, идущие с эпохи Великого Шелкового пути (с середины I тыс. до н. э.), когда по его трассам мирно торговали купцы разных этнических групп. Невзирая на средневековые войны в Средней Азии, тюркские каганы старались поддерживать мирную торговую жизнь Шелкового пути как залог экономического процветания их государств.

Подобную параллель можно провести и в наши дни и охарактеризовать ее

следующим образом: этническая толерантность народов Казахстана есть закономерный результат многовекового соседства множества племен и народов, и поддерживается политическим режимом республики как гарант ее социально-экономического, политического и культурного процветания. Вместе с тем следует понимать, что этническая толерантность – это непостоянный процесс. Любые негативные события в стране (снижение уровня грамотности населения, увеличение разницы между бедными и богатыми социальными слоями, активизация националистических настроений и т.д.) способны нарушить межэтнический баланс в плане выстраивания дружественных отношений. Поэтому характер развития практики этнической толерантности (в положительную или отрицательную сторону) во многом будет зависеть, как от способности власти ответить на столь опасные вызовы, так и от ее умения осуществить стратегическое планирование по выстраиванию позитивных межэтнических коммуникаций и их реализации.

2. Следующий вид толерантности, на котором следует заострить внимание, именуется религиозной. Религиозная толерантность подразумевает под собой культуру уважительного отношения к канонам, заповедям, обрядам, ритуалам, и в целом, к ценностям другой религии. Религиозная толерантность, с нашей точки зрения, является в какой-то степени более важной, чем толерантность этническая, поскольку «... религиозная толерантность положила начало всем другим свободам, которые были достигнуты в свободном обществе» [3, с.8-9]. Одновременно мы не должны забывать, что та или иная религия может объединять под своим крылом несколько этносов.

В истории мы знаем пример того, как полувековая межрелигиозная вражда родственных этнических групп индийского полуострова стала причиной раскола его на два государства, религиозные и военные трения между которыми по сей день являются очагом международной напряженности. Поэтому не трудно заметить, что остановив в свое время пламя давней межрелигиозной вражды, современная Индия и Пакистан могли бы иметь форму единого конфедеративного государства. Однако история не терпит сослагательного наклонения. Тем не менее, ценность религиозной толерантности не вызывает сомнения. Она позволяет мирно сосуществовать двум и более религиозным конфессиям, проявлять уважение к их духовным лидерам, а в случаях назревания гражданского противостояния обращаться к ним, а в будущем для укрепления межрелигиозного диалога реализовать совместные культурные проекты и т.д.

Ярким примером дружественного сосуществования двух мировых религий является современный Казахстан. Лидеры ведущих мировых держав, а также само Мировое сообщество и представители крупнейших религиозных организаций сходятся во мнении того, что наша республика одна из немногих на земном шаре является образцом гармоничного развития оси «ислам – христианство». Данное состояние – это не только результат многовековой исторической практики народов, населявших Казахстан, но и современная совместная работа, как руководства республики, так и представителей ее научного, гражданского и религиозного сообществ.

Таким образом, религиозная толерантность способна выстроить цивилизованный гражданский процесс на основе религиозного диалога. Вместе с тем не следует забывать, что ни одна религия не допустит проникновения в ее жесткое ядро веяний других религий. В связи с чем, нельзя понимать религиозную толерантность как предпосылку к унификации религий (хотя ряд канон буддизма, христианства и ислама имеют мировоззренческое сходство). Поэтому религиозная толерантность, несмотря на всю ее позитивность, имеет пределы своих возможностей.

3. Не менее важным является и феномен политической толерантности. В данном контексте под политической толерантностью мы понимаем такое освоение политической культуры как отдельно взятой личностью, так и целым сообществом, которое способствует культивации в их поведении уважения к нормам существующего

конституционного строя, его традициям и к представителям самой власти, если их деятельность не идет в разрез ожиданиям граждан, ее избравших. Или как писала И.В.Устинова, давая краткое определение: «Политическую толерантность можно определить, как некую систему ценностей и норм, которые регулируют взаимодействия между индивидами и их группами в правовом пространстве в процессе совместной жизнедеятельности» [4].

Сильной стороной проявления действенности политической власти является создание условий для стабильного развития ее политического режима. Однако и сама власть должна понимать, что ее политический электорат непостоянен в своих политических воззрениях. Поэтому власть, с нашей точки зрения, должна проработать два важнейших момента, от которых будет зависеть ее пребывание у руля государства:

А) это механизм поощрения граждан в случае поддержки ими живучести данного политического режима (например, увеличение финансирования социальной программ);

Б) и механизм карательных санкций в случае расшатывания основ конституционного строя, которые, в свою очередь, не должны противоречить общепринятым нормам прав человека.

Поэтому, только при учете данных факторов, а также изменений, происходящих в свете современных международных событий (к примеру нестабильная гражданская ситуация в современной Сирии), сама власть имеет возможность выстроить стабильный формат внутривластной жизни страны и укрепить в обществе веру в ее надежность и соответственно, способствовать развитию практики политической толерантности.

Вместе с тем, правящим кругам ряда государств (в особенности постсоветских) не следует увлекаться «игрой в демократию», рассматривать политическую толерантность граждан как цель, которую необходимо достичь. Зачастую внедрение в практику политической жизни элементов либеральных политических свобод Запада чревато негативными последствиями. За последние 8 лет в данном контексте мы стали свидетелями знаменитых «оранжевых революций» в Грузии, Кыргызстане, на подходе Украина. Не трудно заметить в свете данных событий, что завуалированная так называемая идеологическая борьба оппозиции, трансформирующаяся в мирные на первых порах митинги, в последствие может привести к смещению официальной власти. А когда власть, чьи позиции явно пошатывает оппозиция, пытается правовым образом ограничить разыгравшийся произвол (например, увеличивать ответственность за несанкционированных митинги, за нанесение вреда здоровью представителям правоохранительных органов и т.д.), то Запад и США расценивают данные шаги властей как проявление авторитарных тенденций и диктует свои пути урегулирования трений с оппозицией (что мы и наблюдаем в Украине в январе 2014 г.).

Поэтому, политическая толерантность – это явление неоднозначное, сравнимое с палкой, один конец которой направлен на создание правового поля с его политическими свобода, а другой, при умелом использовании определенных лазеек, способен поставить это поле под сомнение его демократического содержания.

4. И наконец, вид толерантности, о которой необходимо остановить наше внимание именуется бытовой толерантностью. Под данным видом толерантности мы будем подразумевать осуществление практики толерантных отношений в повседневной жизни (в семейном кругу, в окружении коллег, в развлекательных местах, в транспорте, в магазине и т.д.).

Для того, чтобы яснее понять сущность бытовой толерантности, приведем пример ее диалектическую противоположность в виде бытового национализма. Бытовой национализм отличается от национализма в его классическом понимании тем, что в его рамках националистические призывы носят не характер ярко выраженной идеологии (как это было в Германии времен А. Гитлера), а больше походят на негативные высказывания отдельных членов той или иной нации в адрес другой, которая, как им кажется, в чем-то

ущемляют их права на более привилегированное положение в обществе (ярким тому примером служат события в Нагорном Карабахе 1988 г. между азербайджанцами и армянами). Бытовой национализм при определенных условиях без труда может трансформироваться в межнациональные столкновения. Поэтому профилактика принципов бытовой толерантности в условиях гражданской жизни (особенно многонационального общества) видится весьма позитивной. Она направлена на уважение прав гражданина не столько как представителя того или иного этноса, сколько как личности, уважающей такие же права своих сограждан. И в этом видится ценностное содержание феномена бытовой толерантности.

Однако бытовая толерантность не возникает сама по себе. Как нам видится, она есть логическое продолжение толерантности межэтнической, подкрепленной достаточно гибкой социальной политикой государства. Наиболее классическим примером проявления бытовой толерантности является формат социальных отношений Канады, Австралии, Швейцарии, а также скандинавских стран. Наличие пестрого национального состава этих государств плюс реальное наличие экономического благосостояния многочисленного среднего класса рождает предпосылки к практике бытовой толерантности. Хотя в последние годы все больше развиваются призывы коренных жителей, к примеру, Скандинавии об ограничении въезда иммигрантов в их регион. Поэтому положительный уровень бытовой толерантности не всегда постоянен и это объективный процесс.

Таким образом, завершая социально-философский анализ толерантности в различных ее проявлениях, следует сказать, что она является важным показателем готовности или неготовности общества к выстраиванию вполне реальных общественных отношений, пронизанных духом гуманности. Хотя толерантность, по мнению ряда исследователей, и является духовным принципом современной интеграции народов и государств, ее наличие не объясняется генетической заложенностью, она есть, прежде всего, продукт объективных социальных взаимодействий. Но несомненно то, что в современном обществе толерантность как нельзя раньше востребована. И как сказал выдающийся современный турецкий философ Фетхуллах Гюлен: «Когда весь народ идет навстречу будущему, на пути нашего могут стоять препятствия в виде различий и сложностей в поиске компромисса. Самым эффективным оружием против этих препятствий, самым надежным убежищем и бастионом является толерантность» [5, с.30]. Поэтому от того, насколько каждый из нас осознает ее полезность, зависит мирное сосуществование современных наций, религий, политических систем и общества в целом.

Список использованной литературы:

1. Толерантность / Институт социальных исследований Российской академии наук; Исслед. центр «Религия в современном мире». Общ. ред. М.П. Мчедлова. М., 2004. – 416 с.
2. Толерантность и культура межнационального общения. Краснодар: Просвещение-Юг, 2009. – 307 с.
3. Толерантность в обществе и семье. Нальчик: Каб-Балк.ун-т, 2003. – 189 с.
4. Устинова И.В. Политическая толерантность как компонент политической культуры и условие демократии // http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/17/yustinova_iv.doc.pdf
5. Толерантность религий и цивилизаций. Взгляды Фетхуллага Гюлена/ Сост. В.А. Ставицкий, С.И. Табасаранцев. М.: Экономика, 2012. – 359 с.

БІРЕГЕЙЛІК – ҰЛТТЫҚ САНА КӨРІНІСІ РЕТІНДЕ

Қазақстандық қоғамның бірлігі идеясы Қазақстан Республикасының егемендігінің және тәуелсіздігінің саяси негізі болып табылады. Осыған орай келесі жайтқа көңіл аудару қажет. Көптеген философтардың, саясаттанушылардың және саясаткерлердің пікірі бойынша көпэтникалық қоғамда бірегей ұлтты қалыптастыру мүмкін емес. Өйткені адамдардың этникалық бірегейлігі мемлекеттік бірегейліктен және өзге этникалық топтардың өкілдерінен жоғары бағаланып тұр. Олардың ойы бойынша Қазақстанда тек бір ғана ұлт бар. Оның құрамын қазақ ұлты құрайды. Ал қалған халықтар Қазақстанда диаспора болып саналады. Сондықтан да Қазақстан Республикасының ұлттық идеясы қазақтың ұлттық идеясы немесе ұлттық қазақ идеясы болып табылады. Осы бағыттың нәтижесінде тамырлы этнос қоғамда және ғылымда титулдық ұлт деген атаққа ие болады. Ұлттық сұрақ бойынша әдебиетте бұндай бағытты «ұлттың этномәдени түсінігі» деп атайды.

Өзге ұстанымды қолдайтын адамдардың ойынша ұлттық идея көп этникалық мемлекетте тек бір халықтың идеясы бола алмайды. Қазақстанда ұлттық идея жалпы ұлттық болуы тиіс. Бұл идея адамдардың этникалық топтасуына қарамастан мемлекетіміздің барлық азаматтарын біріктіруге арналған. Тұтас халықтың жалпы негізі қазақстандық азаматтылық болып табылады. Қазіргі этносаясатта аталмыш бағыт «азаматтық ұлт» деп аталады. Бүгінгі таңда ұлттық идеяны түсіндіруде осы екі бағыт басты болып саналады. Ескере кететін жайттардың бірі этномәдени және азаматтық бағыттарда ұлттық идеяны түсіндіру барысында қарама-қайшылықтар бар. Осы себептен қазіргі мемлекеттердің алдында келесі сұрақ туындап отыр: ұлттың және ұлттық идеяның азаматтық пен этномәдени бағыттарының арасында жатқан қарама-қайшылықтардың шешілу жолын табу.

Өртүрлі мемлекеттердің ұлттық құрылысының тәжірибесінің көрсетуі бойынша осы қайшылықтарды шешу барысында «немесе-немесе» бағытынан «және-және» принципі кең қолданыс тапты. Қазақстанның жалпы ұлттық идеясының қалыптасу жолында ұлт түсінігінің аталмыш екі бағыты – азаматтық және этномәдени – қолданылуы тиіс [1].

Қазақстанда осы екі концепциялардың арасындағы қайшылықтар қалай шешімін табады деген сұрақ туындайды.

Бұл тәсіл доминантты қазақ этносында тұтас халықты азаматтық қоғамда қалыптастыру болып табылады. Осы ұлтты қалыптастыратын тәсілді белгілі этносаясаттанушы Энтони Смит «доминантты этнос» моделі деп атайды [2].

Қазақстанда мультиэтникалық қоғам ретінде ұлттың этномәдени және азаматтық концепцияларының екеуі де объективтік қажеттілік ретінде жүзеге асырылуда. Егер де аталмыш концепциялардың біреуі объективті бағаланбаса, онда еліміздің ұлттық кеңістігіне зиянды әсер тиеді.

Азаматтық ұлт идеясы, біріншіден, қоғамның тұрақтылығына және ішкі қауіпсіздігіне жол ашады. Азаматтық ұлттың этникааралық ұжым ретінде қалыптасуы этникалық топтардың қайшылықтарын жұмсартып, азайтуға мүмкіндік береді.

Екіншіден, Қазақстанда азаматтық ұлтты қалыптастыру барлық қазақстандықтардың бірегейлігіне жақсы жақтан әсер етеді. Олардың этникалық топтасуына қарамастан барлығы Қазақстан Республикасын өзінің елі, Отаны деп санайды.

Үшіншіден, Қазақстандағы азаматтық ұлттың қалыптасуының нәтижесі пісіп-жетілген азаматтық қоғам болуы тиіс. Азаматтық ұлт және азаматтық қоғам бір-бірімен тығыз байланысты және бір-бірінен өзінсіз өмір сүре алмайды.

Ұлттың этномәдени концепциясының қажеттілігі келесі себептермен айқындалады: біріншіден, Мемлекет құрушы қазақ этносында Қазақстандық халықтың ұлттық құрылысының моделі туындаса, онда өз-өзімен азаматтық ұлттық құрамында олардың айрықша орны айқындалады.

Екіншіден, біздің еліміздегі қалыптасып келе жатқан конституциондық бекітілген халықтың сипатын есепке алу қажет. Мәселе мынада, қазақстандық халықты өзінің тарихи қалыптасқан әлеуметтік формасы бойынша эмигранттық ұлт қатарына жатқызуға болмайды (мысалы, Америкада, Австралияда және әлемнің кейбір елдерінде). Қазақстанда ұлттың этникалық және тарихи алғышарттары мен тамырлары анық және айқын көрініп тұр. Бұл қазақтарға тікелей қатысы бар. Осы этнотарихи аспект қазақстандық халықтың даму жолындағы жалпы ұлттық сипатқа ие болуы тиіс.

Үшіншіден, этномәдени аспект Қазақстанның жалпы ұлттық идеясының әдіснамалық концепциясын құруында орасан зор орын алады. Бұл концепция ұлттық идеяға конструктивтік, шығармашылық көзбен қарауға мүмкіндік береді. Біздің ойымызша, ұлттың азаматтық концепциясында конструктивтік бағытты да тым асырудың қажеті жоқ. Кеңес заманынан кейінгі қазақстандықтардың өзіндік бірегейлілік үдерісі бүгінгі күнге дейін аяқталды деп айтуға болмайды. Еліміз болашақта өзінің тарихи қалыптасып келе жатқан ұлттық келбетін сақтап қана қоймай, сонымен қатар тең құқылы дәрежеде өзге елдермен жаһандану үдерісіне кіруі қажет.

Қазақстанның әлеуметтік, саяси, мәдени дамуында ұлттық бірегейлікті қалыптастыру мәселесі қазақ философиясында өзекті деп санаймыз, бұл мәселені терең зерттеу үшін қазіргі кезде осы тақырып айналасында кездесетін кейбір мәселелер мен қиындықтарға тоқталып кеткен жөн [3].

Ұлттық бірегейлілік мәселесінің қиындылығы мен күрделілігі – оның көп қырлылығында. Сондықтан оны зерттеу барысында белгілі бір оқиғалардың, саяси бағдарламалардың, әдемі идеялардың, сезім мен көңілдің жетегінде кетуге болмайды.

Қазақ философиясының негізін қалаушылардың бірі Абай ілімі бүгінгі ұрпақты «қазақтың қазақтан басқа жауы жоқ» [4] дегендей ұлттың жан дүниесіне терең үңіліп, сын көзбен қайта қарауды талап етеді. Айта кету қажет, ұлттық бірегейлілік тұрақты сипатқа ие, алайда оған қоғамдық-тарихи тәжірибені ұрпақтан ұрпаққа бергенімен, оған жасампаздық та бөтен емес. Сондықтан ұлттық бірегейліктің құрамдас бөліктерін, қазіргі ғылымда бірегейлілікпен қатар қолданыста, алайда одан мәні жағынан айырмашылықтары бар ұғымдар мен құбылыстарға анық, әрі толық түсінік беретін кез жетті. Солардың бірқатарына тоқталсақ.

Бүгінгі қазақстандық ұлттық сананың дамуында екі бағыт байқалады. Біріншісі – қазақ ұлтын асыра мадақтау. Бір халықты орынсыз дәріптеу, оның тарихын бірыңғай батырлық пен даналықтың үлгісі ретінде баяндау, болмаса оны тарихтың құрбаны етіп көрсету, ұлт басына түскен ауыртпалықтары бір ғана отаршылдардың, басқыншылардың арам пиғылымен түсіндіру сияқты біржақты пікір де ұлтты тоғышарлық рухта тәрбиелейді.

Ұлттық ерекшелікті көрсетудің объективтендірілген түрі ретінде, мысалы, ұлттық мінез-құлықты жатқызуға болады. Ол бірегейлік ерекшеліктер мен әлеуметтік іс-әрекетте байқалатын сыртқы көрініс, бір ұлттық топтың екінші топтан айырмашылығы түрінде байқалады.

Ұлттық өзіндік сана мен ұлттық бірегейліктің негізінде сәйкестенудің әлеуметтік механизмі жатыр. Ұлттық және этностық бірегейлілік тұлғаның әлеуметтік нақтылықты меңгерудегі маңызды механизмдерінің бірі, ол әртүрлі ұлттық топтар мен әлеуметтік байланыстардағы ұлттық мінез-құлықтың қалыптасуында күшті фактор ретінде тұлғалық пікірлер жүйесінің қалыптасуына негіз бола алады. Ұлттық және этностық бірегейлену бұқаралық іс-әрекет пен саяси іс-қимылдарына өте мықты катализатор ретінде қызмет етеді (әсіресе дағдарысты қоғамдарда).

Ұлттық және этностық қалыпқа жатқызу туған кезден бастап, ана тілінде сөйлеумен және адамның қоршаған ортасындағы мәдениетпен бірге жасасады, ал қоршаған ортадағы мәдениет өз кезегінде жалпыға бірдей тәртіп стандарттарын және тұлғаның өзіндік дамуына әсер етеді.

Ұлттық және этностық бірегейленудің тұрақтылығы адамның өзі туралы өзіндік түсінік пен басқалардың түсініктері арасындағы, әлеуметтік және жеке «Мен» арасындағы үйлесімді қарым-қатынасқа жету қабілетін қамтамасыз етеді. Алайда мұндай бейімделу динамикалық үрдіспен қалыптасады, себебі адамдардың дамуы барысында олардың ұлттық бірегейлігі үздіксіз өзгеріп тұратын сыртқы ортаның сынақтарына ұшырайды. Осыдан келіп, әлемдегі өз орны туралы, өз мақсаттары мен басқалармен қарым-қатынастары туралы белсенді түрде ой түйю нормативті және психикалық-әлеуметтік дағдарыс мүмкіндігі туады.

Бірегейлік тұлғаның қоршаған әлеуметтік ортамен қарым-қатынасынан, іс-әрекеті ерекшеліктерінен көрінетін өзіндік белгілерден құрылған тұлғалық «қойма». Бірегейлік өз негізінде нақты тұрақты тұлғалық тәртіптің бағыттылығына жағдай жасайтын, әртүрлі салалардағы нақтылыққа байланысты адамның қажеттіліктерінің, сезімдерінің, мүдделерінің, идеалдарының, мақсаттарының үстемдігін көрсетеді.

Ұлттық бірегейлік құрылымында ерекше орынды оның ментальдық бірлестігі алады, ол саналы немесе санасыз өз ұлттың рухани тәжірибесімен сусындайды. Философиялық құрылымдар өз дүниесінде белгілі бір ұлттың тәжірибесімен тығыз байланысты. Ұлттың рухани мұрасы қаншалықты бай болса, ол ұлт даму барысында мобильді іс-әрекеті жемісті болып келеді.

Ұлттық бірегейлік пен ұлттық менталитетті тығыз байланыстыратын тағы бір компонент ол ұлттық имидж болып табылады. Ұлттық имидж дегеніміз – басқа халықтың өкілдеріне танылатын сипат және де сол арқылы нақты бір ұлт өзін басқаларға көрсетіп, дәлелдей алады. Ұлттық имидж де ұлттық менталитетті, бірегейлікті зерттеуде маңызды орын алады, ол туралы Б.Ф. Поршнев былай дейді, ұлттық имидждің ядросы ретінде «біз» ұғымының жеке немесе ұжымдық деңгейде түсінілуі жатады [5]. «Материал алғашқы қауымдық қоғам тарихынан ғана емес, алайда әртүрлі тарихи кезеңдерде көрінеді, кейде тіпті «олар» деген ұғым болса да «біз» ұғымы жоғалып кетеді. «Олар» - «біз» емес, немесе керісінше, «біз» - «олар» емес. Тек қана «олардың» барлығы, «оларға» қатысты өзіндік анықталып алу арманын тудырады, «олардан» «біз» деген сезім арқылы бөлініп шығу». Ұлт табиғаты, ұлттық бірегейлік – күрделі де жан-жақты құбылыстардың бірі. Ұлт табиғатын тану, оның тарихи тағдыры мен болмысын анықтау – қоғамдық ғылымдар үшін қиын да күрделі мәселе. Бір қарағанда ұлт деп тегі бір, тілі, мәдениеті, дәстүрлері ортақ адамдардың қауымдастығын айтуға болады. Миллиардтан асқан қытайлықтардан бастап, бірнеше жүз құрайтын юкагирлерге дейін этносты құрайды. Ұлттардың тарихи тағдыры, өзара ықпалдасуы мен байланысуы қоғам өмірінде жан-жақты көрініс алып отыр.

Ең бастысы – әр ұлттың, оның рухани мәдениетінің бағалы, өзіндік қайталанбас құбылыс екенін ескеру. Оны тек бір тілде сөйлейтін әлеуметтік топтардың бірлігі мен қарама-қарсылығы деумен шектелу, оның терең дүниетанымдық тамырларын ескермеуге әкеледі.

Ұлттық бірегейлікті бағытталған мемлекеттік идеология арқылы, мемлекеттік саясат арқылы өзгертуге болады, оның жақсы қасиеттерін басып-жаншып, жаман қасиеттерін әшкерелеуге де болады (бұған қатысты кеңестік тарихымыздан көптеген мысалдар келтіруге болады) немесе керісінше мемлекеттің стратегиялық мақсатына жетуі үшін, салауатты мемлекеттік ұлттық идеяны қалыптастыру үшін ұлттық бірегейліктің жақсы жақтарын дәріптей отырып, жастарды жаңа сапалы рухта тәрбиелеуге де болады.

Басқа саяси тұрақты мемлекеттермен салыстарғанда Қазақстанда ұлттық бірегейліктің қалыптасу және даму үрдісіне жағдай жасау қоғамдағы руханилыққа импульс бола алады, ол азаматтардың өзін бағалай білуі мен ұлттық қадір-қасиетті сезінуге кепілдік береді.

Рухани бастаулар болмысын анықтауда экономика да аз рөл атқармайды, керісінше әсіресе дағдарысты жағдайларда қоғамның рухани көңіл-күйі қоғамдық ағзаның тереңнен жаңаруына алғашқы себеп бола алады.

Әрбір азамат өзін өз халқының тарихы мен мәдениетінің дәл төріне қоя білуі қажет, сол халықтың бір бөлігі ретінде, халықтың тағдыры мен өткені әр бір азаматтың өмірімен тығыз байланысты екенін сезіне білуі қажет. Әрбір халық бір жағынан әлемдік-тарихи үрдістің бөлігі ретінде саналса, екінші жағынан өз ерекшелігімен қайталанбас құндылық. Н. Бердяев былай деп санаған: «... адам адамзат қауымына орыс, француз, неміс немесе ағылшын атауларына ие болған жай адам ретінде емес, ұлттық ерекшелігі арқылы енеді. Адам болмыстың толық бір баспалдағын аттап өтіп кете алмайды, олай болса ол қайыршыланып, бос кеуде болып қалар еді. Ұлтжанды адам – жай адамға қарағанда жоғары, онда адамның тектік сипаты бар, тіпті сонымен бірге жеке-ұлттық белгілері де бар» [6]. Жеке бір ұлт адамзат қауымы құрамына қажеттілік ретінде енеді, онсыз қауымдық толық емес немесе тіпті зиян да шегуі мүмкін. Әрбір ұлт Бердяевтің ойынша, «күрделі иерархиялық баспалдақ, онда тарихи тағдырдың өткірлігіне ерекше көрініс тапқан. Мұнда табиғи нақтылық тарихи нақтылыққа айналады» [6].

Тарихи үрдістің субъектісі бола отырып, ұлт өз күшінің арқасында және өз құндылықтарына сай өз траекториясында дамиды, нәтижесінде «адамзаттықтың жағымды нақты тұтастығына адам болмысының барлық сатысы кіреді, одан ештеңе алынбайды да, жоғалтылмайды да». Адамзаттық тұтастық «ұлттардың күрделі иерархиясымен» түсіндіріледі, олардың әрқайсысы өзінің сапалы үлесін қосып отыруы қажет, соның нәтижесінде «космостық иерархиядағы бір тұлғалық құбылыс ретінде» [6] ол тұтастық өмір сүруге қабілетті және тұрақты, бай әрі мықты бола алады. Тек қана жалпы адами мұрадан алып қана қоймай, оны техникалық жағынан да, құндылықтар жағынан да толықтырып отыру үшін еңбектену қажет.

Қазіргі таңда Қазақстанда халықтың этномәдени негізі бойынша көлденең бірігуі көбіне идеякратиялық сипатқа ие. Себебі үкімет тарапынан жүргізілетін саясат пен оның ұйымдастырушы рөлі ұлтаралық интеграцияға көп көңіл бөлуде. Сондықтан, саяси элита осы факторды ескеріп, қазақстандық ұлттық бірегейлікті қалыптастыруда қазақ жерінде тарихи, табиғи жағдайда (еріксіз түрде емес) қалыптасқан ұлттық бірегейлік ерекшеліктерін ескеруі қажет. Біздің ойымызша мемлекеттік билік мемлекеттің негізін құрайтын қазақ этносы ұлттық менталитетінің базалық құндылықтарына сүйене отырып, биліктің негізгі ресурсы ретінде өзінің маңыздылығын көрсетуі қажет. Олай дейтін себебіміз, қоғамдағы ұлтаралық келісім мен мәмілеліктің кепілі болып қазақ ұлтының өзіндік бірегейлігі саналады.

Ол туралы философ-ойшыл Т.Қ. Бурбаев былай деп жазады: «Мәмілелік тұрғысынан дүниемен қарым-қатынас орнату адамдардың көзқарасына ішкі болмыс дүниесіне, халықтың мәдени-рухани деңгейіне, ұстанымына, мақсат-мұраттарына да байланысты. Осы тұрғыдан алғанда, қазақ менталитетіндегі мәмілелік ұғымының қалыптасу тарихы терең» дей отырып, мәмілелік қасиетінің қазақ бірегейлігіне тән екендігін дәлелдейді [4]. Одан әрі ойын былай сабақтайды: «... осындай тарихи-мәдени сұхбаттың, мәдени, ментальдық алғы шарттардың қалауы бүгінгі қоғамдағы азаматтық, ұлтаралық, дінаралық қатынастарды өркениеттік тұрғыдан шешуге жағдай жасауда».

Мәмілелік ұғымының мағынасына тоқталсақ. «Толерантность» («толеранттылық») сөзі латын тілінен француз тіліне, кейін еуропа тілдеріне енген. Оны «мәмілелік» деп аударып жүрміз. «Шындығында, оның мәні қазақ тілінде терең: төзімділік, шыдамдылық, ымыраластық, байсалдылық, кісілік, ізгілік, кемелін тану, келісім табу деп жалғастыра беруге болар» деп жазады А.Айталы [6].

Жоғарыда келтірілген ұлттық бірегейлікке қатысы бар ұғымдар мен құбылыстарды қысқаша болсақ та атап өттік. Ендігі мақсатымыз жаһандану жағдайында ұлттық бірегейлік мәселелерін зерттеу.

Қорытындылай келгенде айтарымыз, ұлттық бірегейлік, әрине, көптеген сыртқы факторларға байланысты сырттай өзгергенімен, заманға сай бейімделгіштік қасиетін көрсете отырып, өз ядросын немесе түпкі тамырын өзгеріссіз қалдыра алады. Сол арқылы өзіндік ықпал да етеді. Бұл жағдайда бірегейлік қорғағыштық қызмет атқарады. Заманның қойған талабына сай ұлттың бейімделуін жеңілдететін де осы бірегейліктің қасиеті.

Қазақ ұлттық бірегейлігін қазақ халқының өзіндік сананың, рухани дүниесінің сыртқы көрінісі ретінде қарастыра отырып, қазақтың ұлттық бірегейлігіне сипаттама бергенде біздің мақсатымыз басқа халықтарда жоқ қасиеттер, өз ұлтымызда бар деп айтудан аулақпыз. Ұлттық қасиеттер барлық халықтарда кездеседі, тек мәселе ол қандай деңгейде көрсетілген. Мысал ретінде өмір сүруге қабілеттілікті алсақ, ол барлық ұлттарға тән қасиет, тек кейбір объективті себептерге – халықтың маңдайына түскен қиын тарихи сынақтарға байланысты – ол біздің ұлттық менталитетімізде, бірегейлігімізде интенсивті деңгейде кездеседі. Ұлт бірегейлігін зерттеген ойшылдардың атап кеткен ұлттық қасиеттер, әлеуметтік нақты өмірде көрініс тауып отыр, бұл жерден біздің көретініміз саналылықтан санасыздықтың басым тұрғаны адамгершілік және рухани элементтердің мәнінің жоғарылығы.

Ұлттық идея – қазақ халқының және Қазақстанды мекен еткен өзге ұлттық диаспора өкілдерінің қатысуымен жасалады. Еліміз ұлттық идея мен азаматтық идеяны үйлесімді біріктіріп, жаһандану процесінде жалпыұлттық идеяны жасау арқылы елімізді әртүрлі ұлттардан құралған біртұтас азаматтық және саяси қауымдастыққа айналдыру мемлекетіміздің ұлттық бағдарының басты мақсаты болуы керек деген ойдамын.

Список использованной литературы:

1. Бальшикеев С.Б. Социально-политические аспекты идеи казахстанского патриотизма // Саясат. – 2007. - № 8. – 37 б.
2. Выступление Президента РК Н. Назарбаева на XII сессии Ассамблеи народа Казахстана // Казахстанская правда – 2006, октябрь – 25.
3. Романова Н.В. Этнополитические процессы в Республике Казахстан. – Алматы, 1998. – 70 б.
4. Бурбаев Т.Қ. Қазақ менталитетінің даму ерекшеліктері. – Астана, 2005. – 287 б.
- 5 Бердяев Н. Я и мир объектов. Опыт философии одиночества и общения. – Париж, 1931 // Цитаты из книги: Пути всех к мудрости. – М. 1987. – 267 б.
6. Айталы А. Ұлттану. – Алматы, 1998. – 154 б.

А. Б. Иставлетова

магистрант Университета «Туран»
Научный руководитель: **Г. А. Андиржанова**,
доктор политических наук, профессор,
Академик Международной
Академии образования и науки

РОЛЬ СМИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация

Данная статья посвящена выявлению роли и перспектив развития СМИ в политическом процессе. Были определены сильные и слабые стороны, угрозы и возможности средств массовой информации. Выявлены степень и характер влияния СМИ на мировую политику.

Ключевые слова: СМИ, политика, общество, государство, международные отношения.

Глобализация и информатизация превратили нас в свидетелей того, как индустриальное общество сменяется на информационное, которое модернизирует мировую политику, экономику, характер межгосударственных отношений, взаимосвязь власти и народа. Государство в процессе становления информационного общества берет на себя роль координатора функций всех элементов социума, дабы способствовать интеграции в информационное пространство каждого субъекта общества.

Развитие информационных технологий и их внедрение в различные сферы жизнедеятельности можно с уверенностью назвать благом, которое дает толчок экономическому росту, а также повышает благосостояние общества. Тем не менее, следует помнить об отрицательных последствиях, к которым могут привести научные достижения.

Средства массовой информации занимают важное место в обществе. В современном мире на роль акторов мировой политики претендуют не только государства, но и ряд негосударственных институтов, в том числе и масс-медиа. «Новые мировые игроки действуют на ином поле мировых отношений, чем поле государственных (национальных) интересов и обязательств, гражданского согласия и выстроенных в определенной логике межгосударственных отношений» [1]. В связи с чем, СМИ часто называют «четвертой ветвью власти». По этой причине должны быть разработаны внутринациональные и глобальные инструменты, которые гарантируют препятствие использованию свободы слова, а также новых технологий в сфере информации и коммуникации для разжигания межнациональной розни, экстремизма, терроризма, развития ксенофобии и других антиобщественных явлений. СМИ должны стать механизмом предупреждения и разрешения кризисов.

Равновесие интересов государства и СМИ – признак стабильности демократических институтов, зрелости социума, соблюдения прав и свобод человека. Благодаря той мощи и влиянию, которыми ныне обладают СМИ их по праву можно назвать «четвертой ветвью власти». Но у каждой власти есть свои сильные и слабые стороны, что и рассмотрено в таблице ниже по методике SWOT-анализа.

Таблица 1 - SWOT-анализ деятельности СМИ

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|--|---|
| 1) информирование общества 2) социально-культурное развитие 3) поддержка и координирование взаимоотношений власти и общества 4) привлечение населения для разрешения социально значимых вопросов 5) построение положительного имиджа | 1) подверженность цензуре 2) действие в чужих интересах (правительство, медиакраты) 3) цифровые СМИ подвергаются хакерским атакам 4) СМИ - орудие политического влияния |
| Возможности | Угрозы |
| 1) просвещение общества 2) связь власти и общества 3) разносторонность мнений | 1) насаждение идеологии, веры и ценностей 2) развитие кибертерроризма 3) развязывание информационных войн 4) разжигание межнациональной розни 5) развитие ксенофобии, экстремизма и других антиобщественных явлений |
| Примечание: составлено автором | |

СМИ должны стать настоящим инструментом взаимоотношений власти и общества. До

народа должна доходить информация от правительства, и власть должна прислушиваться к обществу. На масс-медиа возложена огромная ответственность. Они должны не только развлекать и информировать аудиторию, но также и просвещать, делая акцент на научно-просветительскую деятельность. Ведь именно общество, народ, оказывает воздействие на все процессы жизнедеятельности государства.

Автором был проведен социальный опрос среди 60-ти респондентов старше 18 лет из разных сфер деятельности с целью выявления общественного мнения в отношении острых вопросов деятельности СМИ.

По Вашему мнению, в деятельности СМИ больше положительных сторон, нежели отрицательных?

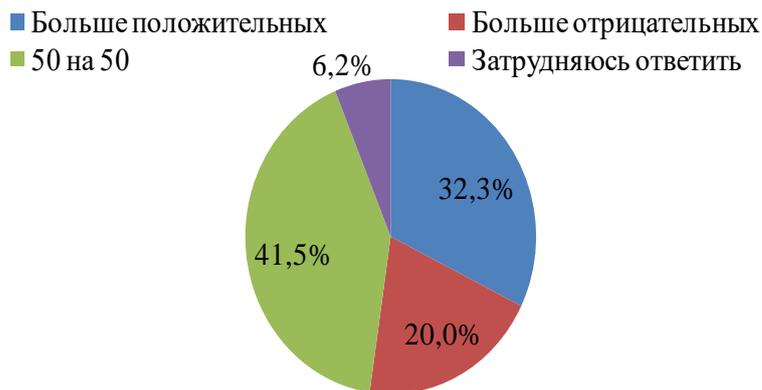


Рисунок –

1

Результат ответов на вопрос «По Вашему мнению, в деятельности СМИ больше положительных сторон, нежели отрицательных?»

Примечание: составлено автором

Судя по рисунку-1, 41,5 % респондентов уверены, что в деятельности СМИ отрицательных сторон столько же, сколько и положительных. 32,3% настаивают, что позитивная сторона превалирует. 20% настроены пессимистично, считая, что функционирование медиа включает больше отрицательных моментов.

Несмотря на результаты опроса, изображенных на рисунке-1, ниже вы можете увидеть, что опрошенные уверены, что СМИ могут выполнять общественно значимые функции.

Как Вы считаете, могут ли СМИ наладить двустороннюю связь между властью и народом?

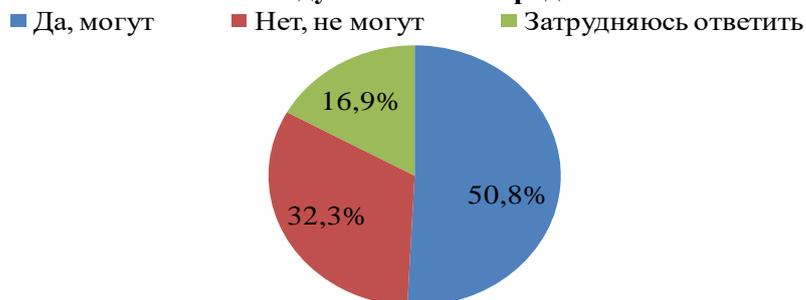


Рисунок – 2 Результат ответов на вопрос «Как Вы считаете, могут ли СМИ наладить двустороннюю связь между властью и народом?»

Примечание: составлено автором

Как изображено на рисунке-2, 50,8% опрошенных считают что между государством и народом может быть налажена связь, когда 32,3% настроены пессимистично. Данный вопрос разделил респондентов, что показывает неуверенность 32,3% в том, что их мнение может быть услышанным правительством.

Как Вы думаете, СМИ участвуют в социально-культурном развитии общества?



Рисунок – 3 Результат ответов на вопрос «Как Вы думаете, СМИ участвуют в социально-культурном развитии общества?»

Примечание: составлено автором

Как видно на рисунке-3, 73,8% опрошенных уверены, что СМИ помогают обществу в социально-культурном обогащении, когда 10,8% с этим не согласны. Большинство относится к данной функции СМИ положительно, что только доказывает, что это сильная сторона медиа, которая была представлена в SWOT-анализе в таблице-1. Однако меньшинство считает, что сегодня медиа переполнены развлекательным контентом, который, в свою очередь, не несет в себе абсолютно никакой смысловой нагрузки.

По Вашему мнению, можно ли использовать СМИ для создания имиджа государства?

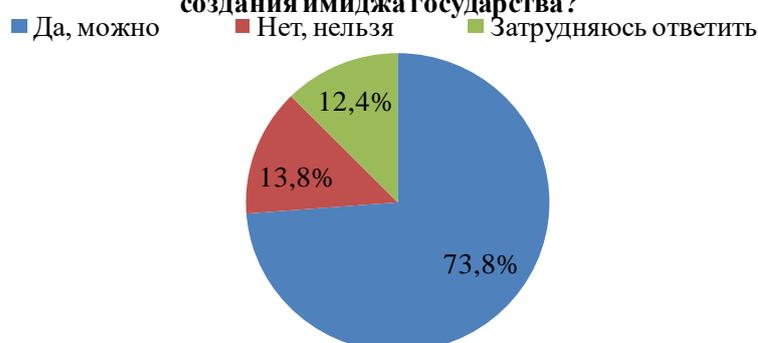


Рисунок – 4 Результат ответов на вопрос «По Вашему мнению, можно ли использовать СМИ для создания имиджа государства?»

Примечание: составлено автором

Судя по рисунку-4, в своем большинстве (73,8%) люди уверены, что СМИ помогают выстроить имидж государства, 13,8% с этим не согласны. Действительно, сегодня Республика Казахстан занялась построением положительного имиджа государства, ведется целая информационная программа, которая активно использует средства массовой информации для создания бренда нашей страны. Несомненно, подобные шаги имеют свои результаты - наше государство становится все более узнаваемым на мировой арене.

Таким образом, СМИ представляют собой орудие, которое в умелых руках является инструментом культурного просвещения, построения имиджа, информирования общества, и мостом между народом и властью. В руках людей, которыми движут корыстные цели, СМИ представляют собой страшное оружие, которое грозит нам информационной войной, кибертерроризмом, созданием различных антиобщественных явлений, а также насаждением идеологии и чужого мнения.

На сегодняшний день информация является инструментом формирования государственного и международного общественного мнения. Уровень воздействия средств массовой информации в политическом пространстве расширяется, благодаря Интернету, который предоставляет возможность всесторонне влиять на мировую общественность, которая включает обширную аудиторию разных государств в решение актуальных политических проблем. Несмотря на все сильные стороны и возможности, информационное пространство остается областью, которая несет в себе потенциальные угрозы миру и безопасности.

Можно выделить положительный и отрицательный характер воздействия СМИ на политику. СМИ помогают скоординировать связь между народом и властью, тем самым любой гражданин может стать частью политического процесса, вносит коррективы, делиться мнением. С другой, негативной стороны, медиа легко могут стать орудием, того, кто заполучил над ними власть, будь то иное государство или преступная группировка.

В связи с этим роль СМИ в политике заключается в следующем:

- пропаганда политической власти;
- продвижение или осуждение правительственных идей в сфере политики;
- реализация имиджевой политики государства в мире;
- выявление глобальных проблем и методов их разрешения;
- сглаживание конфликтов во внешней политике;
- укрепление или ослабление стабильности государства или политического режима;
- разжигание конфликтов, вражды и войн.

В настоящее время степень влияния СМИ в политике расширяется, дополняясь интернет-сообществами и соц.сетями, что дает возможность всесторонне воздействовать на мировую общественность, включая широкую аудиторию разных стран в разрешение актуальных проблем политики. Посетители политических сайтов имеют некие профессиональные потребительские качества и личностные характеристики, обуславливающие выполнение определенной социальной задачи, обладают выраженными особенностями восприятия и переработки информации. В основе разработки контента и структуры политических ресурсов Интернета лежит осознание разработчиком роли «своих» посетителей в коммуникативном процессе в зависимости от наличия у них информационной цели как осознанного образа будущего результата [2]. Подобное сопряженное воздействие, бесспорно, в силах оказывать существенное влияние на формирование политики и всего мирового политического процесса.

Список литературы:

1. Следзевский И.В. Диалог цивилизаций как смысловое поле мировой политики // Общественные науки и современность. - 2011. - N2. - С.145.
2. Раскладкина М.К. Интернет как средство организации информационно-политического пространства России: автореферат диссертации к.п.н. [СПб.], 2006, URL: <https://www.dissercat.com/content/internet-kak-sredstvo-organizatsii-informatsionno-politicheskogo-prostranstva-rossii> (дата обращения: 19.11.2019).

**Тұңғыш Президент күні мен Халықаралық Ақпараттық Технологиялар
Университетіне 10 жылдығына арналған «Цифрлық Қазақстан:
трендтер мен перспективалары» атты Халықаралық ғылыми-
теориялық конференцияның
материалдары
29 қараша, 2019**

**Материалы
Международной научно-практической конференции
ко Дню Первого Президента и 10-летию Международного Университета
Информационных Технологий на тему: «Цифровой Казахстан: тренды и
перспективы»
29 ноября, 2019**

**The Materials of
International scientific-practical conference
dedicated to the Day of the First President and the 10th anniversary of the
International Information Technologies University: “Digital Kazakhstan:
trends and perspective”
November 29th, 2019**

Басуға 06.12. 2019 ж. қол қойылды. Пішімі 60x84 1/16.
Офсеттік қағаз. Сандық басылым. Қаріп түрі “Times New Roman”
Көлемі 30 б.т. Таралымы 200 дана. Тапсырыс №163.



*050063, Алматы қаласы, Жетісу 3 ықшамдауданы, 15-үй
«Darkhan» баспа-полиграфиялық қызмет көрсету орталығында басылды.*