

Особое внимание уделяется проблемам освоения иностранных языков студентами. Реализация образовательных программ полиязычного образования обеспечивается свободным доступом каждого обучающегося к библиотечным фондам и базам данных, наличием методических пособий и рекомендации по всем дисциплинам, по всем видам занятий, а также наглядными пособиями, аудио и видеоматериалами, обучающими программами.

Ежегодно в целях развития полиязычного образования и формирования лингвистической компетенции организуются конкурсы научных студенческих работ на различные темы, лучшие научные работы на трех языках направляются на студенческие республиканские конференции и конкурсы научных работ, в факультете проходят тематические круглые столы на трех языках на различные актуальные темы. Студенты университета пишут дипломные, курсовые работы, публикуют статьи на казахском, русском, английском языках. Главным преимуществом программы полиязычного образования является свободное владение тремя языками, что очень актуально в настоящее время. Количество языков, на которых человек может свободно излагать свои мысли, всегда было одним из показателей образованности и уровня культуры. Чем больше языков знает человек, тем более он конкурентоспособен.

По сути, триединство языков в Казахстане – концепция, направленная на дальнейшее укрепление имиджа страны на международном уровне, ее интеллектуального потенциала, которую общество всецело поддерживает. Идея языкового триединства является частью национальной идеологии, нацеленной на становление и развитие конкурентоспособного Казахстана – равного среди лучших.

Основная цель населения, которое стремится стать одной из самых развитых стран мира, - воспитать грамотное поколение. Результатом изменений связанных с трехязычием в области образования станут люди, проникнутые цивилизацией своей нации, способные представить ее другим, способные взглянуть на любую проблему с разных точек зрения, толерантные и патриотичные.

#### Литература:

1. Назарбаев Н.А. (Послание к народу Казахстан). Казахстан в новом мире.- Астана, 2007.
2. Жарыкбаев Қ. Аталы сөз.-Алматы: Жалын, 1980.

**Шлома Е.Г.**, Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова, факультет философии и психологии, гр. МСоц-62, магистрант

**Раисов Б.Ж.**, Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова, факультет философии и психологии, гр. МПол-62, магистрант

**Туремуратов О.Ж.**, Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова, факультет философии и психологии, гр. МПол-62, магистрант

*(Научный руководитель — к.с.н., доцент Инджиголян А.А.)*

### ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПЕЧАТНЫЕ СМИ В КАЗАХСТАНЕ

Сегодня многие традиционные концепции и даже базовые понятия в гуманитарных науках требуют новых подходов. Главной причиной является трансформация современного общества, которая его кардинально перестраивает. Вместе с глобализацией экономики и культуры, усилением миграционных процессов, ведущих к становлению мультикультурных обществ и стиранию ранее существующих границ наций, обострением межэтнических и межконфессиональных противоречий, становлением новых типов гражданской активности мы являемся свидетелями значительных изменений информационной среды. Потребность аудитории в информации и коммуникации становится особенно важной, в результате цифровой революции, которая оказывает значительное воздействие на пространство современного общества.

Сегодняшнюю жизнь нельзя представить без средств массовой информации, которые являются индикатором состояния общества, и определяют характер развития истории. Время диктует свои условия – существует очень много разновидностей СМИ, и каждый вид требует особого понимания для успешного управления. Классификация средств массовой информации нужна для полного

понимания их деятельности, работы внутри системы, выявления особенностей в работе с этими СМИ. В мире нет единого стандарта классификации СМИ, в каждой стране своя специфика классификации. В странах СНГ средства массовой информации традиционно делят на печатные издания, телерадиовещание, цифровые СМИ и информационные агентства как отдельный вид.

О важности средств массовой информации для современного общества можно судить по объему времени, которое современный человек уделяет медиа, и по влиянию последних на гуманитарные поля общественной жизни. Впрочем, само общество все чаще получает название информационного, что подтверждает актуальность и самой информации как экономического и культурного ресурса, так и инфокоммуникационной инфраструктуры, обеспечивающей ее производство и распространение [1, с.3].

Трансформация СМИ – постоянный процесс, вызванный внешними и внутренними причинами в медиапространстве. Начало XX века ознаменовалось технологической революцией, которая заставила журналистов и издателей по всему миру привыкать к новым условиям существования СМИ в Интернете. Традиционные СМИ изменяются под давлением разнообразных онлайн-СМИ, что требует от журналистов новых навыков и умений в работе не только с традиционными СМИ, но и с новыми медиа. У Д. МакКуэйла есть идея о том, что СМИ находятся в центре пересечения трех важных сил — экономики, политики и технологий, на практике подтверждается тем, что три этих основных фактора с разной степенью интенсивности оказывают на различных этапах решающее влияние на развитие массмедиа. Однако наибольшее значение в последние десятилетия придается процессу проникновения именно цифровых технологий в деятельность масс-медиа и активному формированию новой конвергентной среды, в которой существуют и развиваются средства массовой информации. Этот процесс уже представляется вполне очевидным для исследователей журналистики и массовой коммуникации во всем мире.

Изменения, происходящие на сегодняшний день в казахстанских массмедиа, сопровождаются сложными и неоднозначными процессами. С одной стороны, формируются принципиально новые типы медиа, которые обладают уникальными качествами — мультимедийностью, огромной скоростью распространения, неограниченным объемом информации и доставки информации и рядом других бесспорных преимуществ. С другой стороны, наблюдается масштабный кризис традиционных СМИ, которые по-прежнему составляют более чем значимый сегмент казахстанских массмедиа, и современной журналистики как института общества и как профессии. В стране уже существует целый ряд достаточно крепких и сильных средств массовой информации, информационных медиа-холдингов, которые объединяют усилия СМИ для выживания в условиях конкурентной рыночной экономики. Этот процесс был обусловлен целенаправленной государственной информационной политикой, к основным принципам которой относятся создание в стране единого информационного пространства, демократическая модернизация государственных и негосударственных СМИ, создание условий для обеспечения политической стабильности и межэтнического согласия, информационной безопасности государства, эффективного функционирования политических институтов страны.

Стоит отметить, что средства массовой информации, выполняющие государственный заказ играют немаловажную роль. Благодаря именно государственному заказу в региональных СМИ публикуется актуальная информация о деятельности государственных органов. Огромная работа проводится над совершенствованием государственного информационного заказа. В настоящее время на стадии завершения новые правила формирования и распределения госинформзаказа. Как отметила министр информации и общественного развития РК Аида Балаева в ходе брифинга в СЦК: «Мы также будем работать над тем, чтобы было больше аналитических материалов и на них тратились больше средств. С учетом сегодняшних реалий хотелось бы ставить такую задачу, чтобы побольше появились мультимедийные продукты. По итогам работы мы конкретно озвучим совместные результаты по формированию и распределению госинформзаказов».

На сегодняшний день в Казахстане сформированы основные элементы информационного рынка. По состоянию на 15 января 2019 года в Казахстане 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 [2].

Рассматривая проблему будущего печатных масс-медиа в нашей стране, некоторые исследователи считают, что традиционные СМИ с трудом реагируют на проблемы людей, слишком привязаны к формату и к собственному пониманию запросов аудитории. В то же время онлайн-медиа более оперативны, внимательны к запросам аудитории и, самое главное, способны предложить

читателям больше возможностей: от архива новостей с иллюстрациями и видеороликами до развлечений (чат, музыка, знакомства)» [3, с. 126].

Но, как показывает практика, сегодня даже самые популярные казахстанские информационные сайты интернета проигрывают газетам, как в количестве корреспондентов, так и в их профессиональных качествах и навыках. В печатных СМИ работает много квалифицированных специалистов, имеющих огромный опыт написания статей с непосредственным выездом на мероприятие. А значит, разговоры о том, что интернет вытеснит печатные СМИ на обочину информационного поля, пока преждевременны. Тем более учитывая, что публикация многих НПА остается обязательной именно в печатных средствах массовой информации.

Эксперты обращают внимание на то, что газеты были и будут востребованы в силу давних и устойчивых привычек многих читателей: кто-то любит начинать день с просмотра газеты – будь то за завтраком или на работе, кто-то – устроиться с газетой вечером в кресле. Так, например, у региональной газеты «Саран газеті» на протяжении 20 лет имеются постоянные подписчики, которые, не смотря на внедрение цифровых технологий остаются верны изданию. Но стоит отметить, что изменение технологий, появление новых гаджетов меняет привычки людей – и кто-то уже начинает рабочий день с просмотра онлайн-изданий, а не газет.

Судя по многим данным, в настоящее время интернет-издания не готовы конкурировать с крупными традиционными СМИ в наличии крупных корреспондентских сетей, качественных журналистов. Поэтому им остается роль посредников в передаче информации от информационных агентств и газет к аудитории Сети [4, с. 16]. Интернет-сайты, которые претендуют на конкуренцию с печатными СМИ, наполняют свои страницы собственными материалами, комментариями, статьями, интервью, однако информационной базой для них остаются информационные агентства и газеты, журналисты которых непосредственно выезжают на место для написания более качественной статьи или интервью. Более того, можно сделать вывод, что без старых, традиционных СМИ интернет неизбежно окажется в информационном вакууме.

Хотелось бы отметить и еще одно важное явление последнего десятилетия: практически все традиционные средства массовой информации имеют собственные сайты, то есть активно вышли в Сеть. Характерным является и то, что в некоторых случаях эти сайты выходят за пределы жанров и стилистики, создающих их СМИ и имеют отдельных редакторов, которые ведут эти сайты. Я считаю, ярким примером такого рода можно назвать сайт республиканской газеты «Казахстанская правда».

Объединение разных видов информации в едином телевизионном или компьютерном варианте не отменяет текста, поэтому печать имеет достаточно прочные позиции. Более того, радио- и телевизионные передачи, как правило, размещаются в интернете в двух формах - аудиовизуальной и текстовой. Текст становится общим знаменателем для всех СМИ в интернете. Часто материалы из интернета распечатываются для чтения. Все пользуются текстом, который приобретает самостоятельность и даже независимость. При всем этом газета или журнал имеют большие преимущества, поскольку публикуемая там информация, как правило, отработана высококвалифицированными специалистами. Которые имеют большой опыт, в результате чего читатель получает тщательно проанализированные, хорошо обработанные сведения.

С появлением глобальной сети возникли и принципиально новые СМИ - электронные газеты. Электронная газета имеет ряд особенностей. Одна из них состоит в том, что это газета постоянно обновляется, часто хорошо иллюстрирована и в ней нет, как правило, законченных статей. Статья или материал заканчивается тогда, когда заканчивается событие. В этом смысле журналисты в газете, живущей в интернете, должны работать постоянно и их статьи пишутся таким образом, чтобы последняя фраза всегда могла бы быть дополнена.

Новые электронные средства массовой информации сосуществуют с традиционными, превосходя их по скорости доставки читателям материалов, по простоте доступа к ним прямо из дома. Но они однозначно уступают печатной прессе в длительности своего существования. Если вы купили газету, то можете читать ее в течение дня и даже недели, а в интернете вы должны наблюдать газету только в тот момент, когда вы смотрите на экран вашего компьютера.

Еще одна немаловажная проблема ожидает региональные СМИ в Карагандинской области. В комплексный план приватизации на 2021-2025 годы от Карагандинской области вошли 40 объектов коммунальной собственности, в том числе 17 СМИ – 16 газет и один телеканал. Пока неясно и что будет с государственными печатными изданиями и телеканалами, если их никто не купит. Не исключено, что их ликвидируют. Это может привести к очередной волне изменений массмедиа в нашем регионе.

Тем не менее в условиях бурного развития новых информационно-коммуникационных технологий, безусловно, произойдут большие перемены в традиционных СМИ - в печати, радио, телевидении, в доступе к ним, в способах доставки, в содержании.

В целом мы видим будущее СМИ в нашем XXI веке в развитии новых технологий, новых путей доступа к информации. Считаем, что появление новых средств массовой информации не только не будет препятствовать традиционным СМИ, но, в известной степени, поможет укреплению их позиций.

#### Литература:

1. Варганова Е.Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 1.
2. <http://qogam.gov.kz/ru/pages/kolichestvo-zaregistrovannyh-smi-v-kazahstane>.
3. Лаане Д.А. Взаимодействие и сосуществование традиционных, онлайн-овых и конвергентных СМИ / Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды. М. 2008. С. 299.
4. Вирен Г. Интернет и традиционные печатные СМИ России: проблемы сосуществования и взаимовлияния // Меди@льманах. 2011. № 1.
5. Землянова Л.М. Ремедиация вербальной энергетике газетной информации (Причины, возможности и цели с точки зрения современной зарубежной коммуникативистики) //Четыре века газеты. Будет ли пятый. М.: Ф-т журналистики МГУ, 2010.