

ISSN (Print) 2616-7174
ISSN (Online) 2663-2500

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

ХАБАРШЫСЫ

BULLETIN

of L.N. Gumilyov
Eurasian National University

ВЕСТНИК

Евразийского национального
университета имени Л.Н. Гумилева

ЖУРНАЛИСТИКА сериясы

JOURNALISM Series

Серия **ЖУРНАЛИСТИКА**

№2 (127)/2019

1995 жылдан бастап шығады

Founded in 1995

Издается с 1995 года

Жылына 4 рет шығады

Published 4 times a year

Выходит 4 раза в год

Нұр-Сұлтан, 2019

Nur-Sultan, 2019

Нур-Султан, 2019

Бас редакторы Қайрат Сак

филология ғылымдарының кандидаты, профессор (Қазақстан)

Бас редактордың орынбасары **Айтмұханбет Есдәулетов** *ф.ғ.канд., доцент (Қазақстан)*
Бас редактордың орынбасары **Гүлнар Кендірбай** *PhD (АҚШ)*

Редакция алқасы

Алдабергенов Қырықбай	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Асанов Қойлыбай	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Әбдіманов Өмірхан	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Әбішева Вера	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (АҚШ)
Дзялошинский Иосиф	Ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Жақып Бауыржан	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Жусупова Алматы	ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Ирназаров Кудрат	Т. ғ. д., проф. (Өзбекстан)
Корконосенко Сергей	Саяси ғ. д., проф. (Ресей)
Қара Әбдіуақп	Т. ғ. д., проф. (Түркия)
Қозыбаев Сағымбай	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Лебедева Татьяна	Ф. ғ. д., проф. (Франция)
Нұртазина Роза	Саяси ғ. д., проф. (Қазақстан)
Омашев Намазалы	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Ризун Владимир	Ф. ғ. д. проф. (Украина)
Саид Агил бин Шех	PhD, проф. (Малайзия)
Саудбай Мадияр	PhD, проф. (Қазақстан)
Сердәлі Бекжігіт	Ф. ғ. к., проф. м.а. (Қазақстан)
Тахан Серік	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Тоқтағазин Мұратбек	Ф. ғ. к., проф. м.а. (Қазақстан)
Халилов Әбдіғани	PhD, проф. (Қырғызстан)
Ченгел Хулия Касапоғлы	PhD, проф. (Түркия)
Шайхитдинова Светлана	Филос.ғ.д., проф. (Ресей)
Шалахметов Ғаділбек	Халықаралық Еуразиялық телевидение және радио академиясының академигі (Қазақстан)
Шестеркина Людмила	Ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Шульцман Петр	Өнертану ғ. к., доцент (Қазақстан)

Жауапты редактор, компьютерде беттеген: Илияс Құрманғалиев

Жауапты хатшы: Гүлжазира Ертасова

Редакцияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қ.Сәтбаев к-сі, 2, 349 б.

Тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. ЖУРНАЛИСТИКА сериясы

Меншіктенуші: ҚР БЖҒМ «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» ШЖҚ РМК.

ҚР Ақпарат және коммуникациялар министрлігінде 27. 03. 2018 ж. №16995-Ж тіркеу куәлігімен тіркелген.

Мерзімділігі: жылына 4 рет. Тиражы: 25 дана.

Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қажымұқан к-сі, 13/1,

тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31413)

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Editor-in-Chief **Kairat Sak**
Candidate of Philology, Professor (Kazakhstan)

Deputy Editor-in-Chief **Aitmukhanbet Yesdauletov** *Candidate of Philology, Associate Professor (Kazakhstan)*
Deputy Editor-in-Chief **Gulnar Kendirbai** *PhD, Professor (USA)*

Editorial board

Aldabergenov Kyrykbai	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Asanov Koilybay	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Abdimanov Omirkhan	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Abisheva Vera	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Brown Michael	PhD, Prof. (USA)
Dzyaloshinski Iosif	Doctor of Philology, Prof. (Russia)
Jakyp Baurjan	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Zhussupova Almatay	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Irnozardov Kudrat	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Uzbekistan)
Korkonosenko Sergei	Doctor of Political Sciences, Prof. (Russia)
Kara Abdulvahap	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Turkey)
Kozybayev Sagymbai	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Lebedeva Tatiana	Doctor of Philology, Prof. (France)
Nurtazina Roza	Doctor of Political Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Omashev Namazaly	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Rizun Volodymyr	Doctor of Philology, Prof. (Ukraine)
Syed Agil bin Shekh	PhD, Prof. (Malaysia)
Saudbayev Madiyar	PhD, Prof. (Kazakhstan)
Bekzhigit Serdaly	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Takhan Serik	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Toktagazin Muratbek	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Khalilov Abdygani	PhD, Prof. (Kyrgyzstan)
Çengel Hülya Kasapoglu	PhD, Prof. (Turkey)
Shaikhitdinova Svetlana	Doctor of Philosophy, Prof. (Russia)
Shalakhmetov Ghadilbek	Academician of the International Eurasian Academy of Television and Radio (Kazakhstan)
Shesterkina Ludmila	Doctor of Philology, Prof. (Russia)
Shultsman Petr	Candidate of Art, Assoc. Prof. (Russia)

Executive editor, computer layout: Ilyas Kurmangalyev
Executive Secretary: Guljazira Yertasova

Editorial address: 2, K.Satpayev str., of.408, Nur-Sultan, Kazakhstan, 010008
Tel.: +7(7172) 709-500 (ext. 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series

Owner: Republican State Enterprise in the capacity off economic conduct «L.N. Gumilyov Eurasian National University», Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan.

Registered by Ministry of Information and Communication of the Republic of Kazakhstan.

Registration certificate No 16995-Ж from 27.03. 2018.

Periodicity: 4 times a year Circulation: 25 copies

Address of printing house: 13/1, Kazhimukan str., Nur-Sultan, Kazakhstan 010008; tel.: +7(7172) 709-500 (ext.31413)

© L.N. Gumilyov Eurasian National University

Главный редактор **Кайрат Сак**
кандидат филологических наук, профессор (Казахстан)

Зам. главного редактора **Айтмуханбет Есдаuletов** к.ф.н., доцент (Казахстан)
Зам. главного редактора **Гульнар Кендирбай** PhD (США)

Редакционная коллегия

Алдабергенов Кырыкбай	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Асанов Койлыбай	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Абдиманов Омирхан	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Абишева Вера	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (США)
Дзялошинский Иосиф	Д. ф. н., проф. (Россия)
Жакып Бауыржан	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Жусупова Алматы	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Ирназаров Кудрат	Д. ист. н., проф. (Узбекистан)
Корконосенко Сергей	Д. полит. н., проф. (Россия)
Кара Абдиуакап	Д. ист. н., проф. (Турция)
Козыбаев Сагимбай	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Лебедева Татьяна	Д. ф. н., проф. (Франция)
Нуртазина Роза	Д. полит. н., проф. (Казахстан)
Омашев Намазалы	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Ризун Владимир	Д. ф. н., проф. (Украина)
Саид Агил бин Шех	PhD, проф. (Малайзия)
Саудбай Мадияр	PhD, проф. (Казахстан)
Сердали Бекжигит	К. ф. н., асс. проф. (Казахстан)
Тахан Серик	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Токтагазин Муратбек	К. ф. н., асс. проф. (Казахстан)
Халилов Абдигани	PhD, проф. (Киргизстан)
Ченгел Хулия Касапоглу	PhD, проф. (Турция)
Шайхитдинова Светлана	Д. филос. н., проф. (Россия)
Шалахметов Гадильбек	Академик Международной Евразийской академии телевидения и радио (Казахстан)
Шестеркина Людмила	Д. ф. н., проф. (Россия)
Шульцман Петр	К. н. искусств., доцент (Казахстан)

Ответственный редактор, компьютерная верстка: Ильяс Курмангалиев
Ответственный секретарь: Гульжазира Ертасова

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. К.Сатпаева, 2, каб. 349
Тел.: (7172) 709-500 (вн. 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия ЖУРНАЛИСТИКА
Собственник: РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева» МОН РК.
Зарегистрирован Министерством информации и коммуникаций РК под номером №16995-Ж от 27. 03. 2018 г.
Периодичность: 4 раза в год
Тираж: 25 экземпляров.
Адрес типографии: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. Кажымукана, 13/1, тел.: (7172) 709-500 (вн.31413)

© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

Мазмұны

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

<i>Атанаева М.К., Булдыбаев Т.К., Оспанова У.А., Акоева И.Г., Нурумов К.С., Баймаханбетов М.А.</i> Жаңалықтар мәтіндеріндегі күдіктілік заңдылықтарын анықтау	8-19
<i>Жақсылықбаева Р.</i> «Адамгершілік», «жүрекжардылық» сипаттарына тәрбиелейтін жанр	20-25
<i>Есдәулетов А.О., Есдәулетова А.М.</i> Бұқаралық ақпарат құралдарының аудиториямен өзара іс-қимылындағы жаңа үрдістер	26-35
<i>Қожахметова Л.Т.</i> Қазақ баспасөзін цифрландыру барысында кездескен проблемалар	36-43
<i>Хахазова З., Баткеева Б.</i> Мәтін - публицистикалық стиль бірлігі ретінде	44-52

ЖАҢА МЕДИА

<i>Арын Е.М., Арин Р.С.</i> Медиа-нарық тиімділігінің қазіргі көріністері: Қазақстанда реттеудің қиындықтары мен басымдықтары	53-63
<i>Есенбекова Ұ.М.</i> Жаңа дәуірдегі медианың психологиялық реттеу функциялары	64-68
<i>Құрьянович А.В.</i> Қазіргі медиа дискурсындағы иронияның функционалдық ресурсы (Facebook әлеуметтік желісіндегі хатқа негізделген)	69-77
<i>Көшкенов Н.Ж., Сақ Қ.Ө.</i> Медиатизация – қоғам мен мәдениет трансформациясының қозғаушы күші	78-83
<i>Негізбаева М.О., Слямова А.С., Ли Жуй.</i> Мемлекеттік бағдарламаларды насихаттаудағы жаңа медиа	84-90
<i>Тоқтарбай Б., Жақсылық А.</i> Жаңа медиа және блогерлік: шетелдік, отандық тәжірибе негізінде	91-97

Contents

THE MEDIA AND SOCIETY

<i>Atanayeva M., Buldybayev T., Ospanova U., Akoyeva I., Nurumov K., Baimakhanbetov M.</i> Determination of consistent patterns of suspiciousness in news texts	8-19
<i>Zhaxylykbayeva R.</i> Genre educates the characteristics of «morality», «soulfulness»..	20-25
<i>Yesdauletov A.O., Yesdauletova A.M.</i> New trends in the interaction of media publications with the audience	26-35
<i>Kozhakhmetova L.T.</i> Problems arising in the digitization of the Kazakh press	36-43
<i>Khahazova Z.M., Batkeeva B.T.</i> Text is a journalistic style unit	44-52

NEW MEDIA

<i>Aryn Ye.M., Aryn R.S.</i> Modern aspects of media market efficiency: problems and priorities of regulation in Kazakhstan	53-63
<i>Yessenbekova U.M.</i> The functions of psychological impact and regulation of media in the new era	64-68
<i>Kurjanovich A.V.</i> Functional resource of irony in modern media discourse (based on correspondence on the social networking site Facebook)	69-77
<i>Koshkenov N.Zh., Sak K.O.</i> Mediatization is the driving force behind the transformation of society and culture	78-83
<i>Negizbayeva M.O., Slyamova A.S., Лу Жыў.</i> New media in promoting government programs	84-90
<i>Toktarbai B., Zhaksylyk A.</i> New media and blog: based on foreign, domestic experience	91-97

Содержание

СМИ И ОБЩЕСТВА

<i>Атанаева М.К., Булдыбаев Т.К., Оспанова У.А., Акоева И.Г., Нурумов К.С., Баймаханбетов М.А.</i> Определение закономерностей подозрительности в новостных текстах	8-19
<i>Жаксылыкбаева Р.</i> Жанр воспитывающий характеристики «нравственности», «душевности»	20-25
<i>Есдаулетов А.О., Есдаулетова А.М.</i> Новые тенденции взаимодействия медиа изданий с аудиторией	26-35
<i>Кожаметова Л.Т.</i> Проблемы, возникающие при цифровизации казахской печати	36-43
<i>Хахазова З., Баткеева Б.</i> Текст - как единица публицистического стиля	44-52

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Арын Е.М., Арин Р.С.</i> Современные аспекты эффективности медиа-рынков: проблемы и приоритеты регулирования в Казахстане	53-63
<i>Есенбекова У.М.</i> Функции психологического регулирования медиа в новой эпохе	64-68
<i>Курьянович А.В.</i> Функциональный ресурс иронии в современном медиадискурсе (на материале переписки в социальной сети Facebook)	69-77
<i>Кошкенов Н.Ж., Сак К.О.</i> Медиатизация является движущей силой трансформации общества и культуры	78-83
<i>Негизбаева М.О., Слямова А.С., Ли Жуй.</i> Новые медиа в продвижении государственных программ	84-90
<i>Токтарбай Б., Жаксылык А.</i> Новые медиа и блог: на основе зарубежного, отечественного опыта	91-97

FTAMP 19.51.09

Н.Ж. Көшкенов¹, Қ.Ө. Сақ².

Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: ¹n.zhenis@gmail.com, ²kaisak1964@yandex.kz)

Медиатизация – қоғам мен мәдениет трансформациясының қозғаушы күші

Андатпа. Жаһандану, дәстүрлердің жойылуы, глокализация, детерриторизация, даралану (индивидуализация), медиатизация тәрізді ұғымдар қазіргі қоғамда мәдениет пен коммуникацияны өзгертуші әлеуметтік үдеріс ретінде трендке айналу. Мақалада авторлар медиатизация терминіне кеңінен тоқталып, осы теорияға жан-жақты түсінік береді. Сондай-ақ, медиатизацияны қоғамдағы әлеуметтік және мәдени дәстүрлердегі өзгерістердің негізгі факторларының бірі ретінде қарастырылады.

Түйін сөздер: медиатизация, медиа, медиалогика, медиация, әлеуметтік кеңістік, мәдениет, дәстүр, жаһандану.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-127-2-78-83>

Кіріспе. Канадалық әлеуметтанушы Маршалл Маклюэн айтқандай, біз бүгін медианың хаосты, шексіз, тым көп болғандығынан «ақпараттық жарылыс» заманында өмір сүріп жатырмыз. Бұқаралық коммуникация жүйелері күннен-күнге ұлғайып, өмірімізге дендеп еніп, қоғамымыздың барлық салаларында орын алу. Адамдардың өмір сүру салты, күнделікті әдеттері өзгеріп, медианың құрсауына кіруде. Үлкен смарт-қалалар, «ақылды үйлер мен көшелерден» бастап, шалғай ауылдардағы малдарды дронмен бағу, малдардың құлақтарына GPS сырға тағып, сартфонмен бақылауға дейін жетудеміз. Осындай үдерістер тұрақты дамып, әлемді медиатизациялауда.

Қазіргі кезде осы медиатизация терминінің танымалдығы арта түсуде. Мысалы, Google Академия (Google Scholar) ғылыми жарияланымдарды іздеу жүйесінде «Mediatization» сөзі бойынша 1990-2005 жылдар аралығында тек 1620 жауап табылса, 2005-2019 аралығында 16 100 жауап табылды. Ал Google, Яндекс тәрізді жалпы іздеу жүйелерінде осы терминге қатысты 400 мыңнан 500 мыңға жуық жауап бар. Дегенмен де, олардың кейбіреулері жоғарыда айтылған тарихи мағынасында қолданылған.

Мәселе қою. Зерттеудің негізгі мәселесі: қазіргі медиа зерттеулері саласындағы негізгі үдерістердің бірі, батыс елдерінде кеңінен танымал «медиатизация теориясы» терминін қазақстандық ғылыми қауымдастыққа оның қоғам мен мәдениетке әсерін зерделеу арқылы таныта түсу және анықтамасына тереңірек үңілу.

Қазіргі кездегі ғылыми әдебиетте «медиатизация» терминін (ағыл. Mediatization) түсіндіру үшін, елеулі сәйкессіздіктердің болуын ескере отырып, біржақты және қарама-қайшы әлеуметтік-мәдени процестердің әртүрлі болжамдарын қарастыру қажет. Жалпы, медиатизация бір жағынан алғанда медиа мен коммуникацияда, екінші жағынан мәдениет пен қоғамда болып жатқан өзгерістер арасындағы байланыстарды сыни түрде талдау [1, 14 б.].

Әдістеме және зерттеу әдістері. Осы жұмыстың әдістемелік негізі –медиатизация идеясының қоғам мен мәдениетке қатыстын медиа саласы арқылы зерттеу. Материалды талдаудың негізгі әдісі – салыстыру және тарихи-сыни тәсілді қолдану.

Нәтижелері және талқылау. Бастапқыда «медиатизация» сөзінің бұқаралық ақпарат құралдары немесе журналистік практикамен ешқандай байланысы болған жоқ. Бұл терминді негізінен тарихшылар корольдік, патшалық және империялық әулеттердің билік иерархиясын қайта құру үдерістерінде вассалдық қатынастарды қайта қалыптастырудың арнайы тәсілдерін сипаттау үшін пайдаланды. Басқаша айтқанда, жер аумақтарын императорға ірі феодалдар арқылы бағындыру (медиатизация) үдерісін [2] білдірді.

Медиатизация теориясының дамуына америкалық социологтар Д. Элтхейд пен Р. Сноу ерекше үлес қосты. Олар «медиа арқылы трансформацияланған әлеуметтік институттарды талдауды» ұсынып, ғылымға «медиадиалогика» терминін енгізді.

Ал, даниялық медиа зерттеуші С. Хьярвард медиатизация теориясының екі ерекшелігін өз түсінігі бойынша айтты. Біріншісі – медиа жария кеңістік құрудың құралы, әрі оның аясында әлеуметтік институттар өздерінің заңдылығын бекітеді. Екінші ерекшелігі, медиатизация әмбебап үдеріс емес. Медиатизация түсінігі өткен ғасырдың соңында Интернет-технологиялардың дамуы арқасында Батыс қоғамдарында қалыптасқан нақты тарихи жағдайға қатысты қолданылды: цифрлық медиа тез арада институттандырудан өтті және басқа да әлеуметтік институттарға елеулі әсерін тигізе бастады [3, 105–134б]. Осылайша, С.Хьярвард медиатизацияны қоғамның медиаға көбірек тәуелді болып келе жатқан жүйелік үдерісі ретінде түсінеді, ал әлеуметтік институттар медиадиалогиканың әсерінен трансформацияға ұшырайды.

Өткен ғасырдың соңында, дәлірек айтқанда 1990 жылдан бастап «медиатизация» түсінігі медиа-коммуникация саласында Еуропаның солтүстігі мен орталығына тарала бастады. Дж. Томпсон (J.V. Thompson) 1995 жылы масс медиа құралдары арқылы «мәдениетті медиатизациялау» («mediatization of culture» by means of mass media) түсінігін енгізген [4, 55 б.].

Медиатизация терминін қазақ тілінде қолдану ерекшелігі. Медиа саласында алғашында медиатизация БАҚ-тың әсер ету аясына неғұрлым көбірек индивидтерді тарту үдерісі ретінде танылды. Сондай-ақ, бұл термин «медиа» коммуникация құралдары – радио, теледидар, газеттер, журналдар, түрлі мерзімді және өзге де баспа және электрондық басылымдар, соның ішінде блогтар, чаттар және т.б. қатысты қарастырылды [5, 121-132 б.]. Ал «медиа» сөзі «бұқаралық ақпарат құралдары» түсінігінің орнына қолданыла бастады. Осылайша, «медиа» және «БАҚ» түсінігі бірдей мағына берген кезде, медиатизация термині әлемде болып жатқан оқиғалар туралы ақпараттарды іздеу, өңдеу және таратуды білдірді.

Бұл терминнің атауына байланысты пікірталас туындап жатады (Lundby, 2009; Hjarvard, 2004; Meyen, 2009; Schulz, 2004; Krotz, 2007; Nepp, 2011, 2014): неге медиация, медиатизация, медиализация емес? Дегенмен де, кейбір ғалымдар «медиатизация» трансформацияларын білдіру үшін «медиация» терминін қолданады (Silverstone, 2007; Couldry, 2008). Алайда, ресейлік социолог-ғалым Е.Г. Нимнің айтуынша бұл түсініктер мағынасы бойынша жақын, бірақ дәлме-дәл емес. Медиацияны медиум (жекелеген бұқаралық ақпарат құралдары) көмегі арқылы байланысқа түсу ретінде түсінуге болады; медиация нәтижесінде әлеуметтік және табиғи феномендерге тікелей емес, медиа құралы арқылы ұсынылатын бейнелер мен баяндаулар жасалады және жеткізіледі. Медиатизация – әлеуметтік тәжірибелер мен өзара әрекеттесудің мазмұны мен формасын медиация анықтайтын негізгі процесс [6, 8–25 б.]. Басқаша айтқанда, медиация коммуникация арқылы жасалатын кез келген іс-әрекет, ал, медиатизация ұзақ уақыт бойы жинақталған (кумулятивтік) үдеріс. Сондай-ақ, медиация сөзі Қазақстан Республикасының құқықтық жүйесінде кеңінен танымал: дау-дамайды үшінші бір бейтарап тұлғаның араласуымен реттеуді айтады. Құқық саласында медиация тұрақты терминге айналған.

Сол себепті, медиа және коммуникация саласында медиация терминімен салыстырғанда, қазір медиатизация терминін қолданған дұрыс. Ал кейінірек латын әліпбиіне толық көшкеннен кейін «mediatization» деп те айтуға болатын шығар. Өйткені, бұл термин қазақшаға Ресейден орыс тілі арқылы емес, Еуропадан ағылшын тілі арқылы келуде. Қазіргі қазақ тілі грамматикасында «-ция» жұрнағы бар да, «-tion» жұрнағы әзірше жоқ. Әрі, медиатизация теориясын ғылымға енгізген батыс елдерінде бұл ұғымды mediatization /медиатизейшн/ деп айту қалыптасқан. Ал, «медиадану» деп қазақша атар болсақ, түпкі *mediatization /медиауизейшн/* терминінен формасы мен мағынасы алшақтап кетеді.

Медиатизация ұғымының қоғам мен мәдениеттегі орны. Кейбір ғалымдардың айтуынша медиа қазіргі кезде тек ақпаратты жеткізу технологиясы ретіндегі «делдал» ғана емес, сондай-ақ ол мәдени кодтар жасалатын және эстетикалық пішін алып, тасымалданатын үлкен бір ортаға айналды [7, 22 б]. Қазіргі кезде бұқаралық ақпарат құралдары кез келген ұйым тәрізді өнім өндіреді, алайда ол өнімдер тұрмыстық емес – символикалық мәні бар құндылықтар. Сол себепті қазіргі кезде медиа тек халықты ақпараттандыру құралы ғана емес, қалың бұқараның санасына әсер ете алатын, мәдениеттің семиотикалық кеңістігін қайта қалыптастырушы символикалық құндылықтардың күшті құралы [8, 6 б.].

Медианың символдармен, белгілермен байланысын ескере отырып, мәдениетке қатыстылығын айтуға болады. Ежелгі замандардағы петроглифтер, Орхон-Енесей жазбалары, Есік, Үржардан табылып жатқан «алтын адамдардағы» таңбалардан бастап, кейінгі кездегі кітаптар мен уағыздар, театрлық қойылымдар мен карнавалдар, парадтар мәдениеттің символдық шынайылығын көрсетті. Ал соңғы кездегі интернет, радио мен теледидар тәрізді бұқаралық коммуникация технологияларының дамуы заманында символдық шынайылықты бүкіл ғаламшар халқы тұтынуда.

Жаппай халықтың санасын қалыптастыру мен өзгертуде медианың атқаратын қызметін зерттеуге көптеген ғалымдар қызығушылық танытуда. Мысалы, Германияның Бремен университетіндегі ZeMKI (Медиа, Коммуникация және ақпараттық зерттеулер орталығы) Медиа мәдениет және коммуникация теориясының арнайы саласының медиа және коммуникация зерттеулері профессоры Андреас Хепп медиатизация туралы былай айтады: «бір дәйек таң қалдырады: БАҚ-тың барлық қоғамдық және мәдени салаларда өзекті бола түсуі себебінен медиатизацияға деген қызығушылық артуда [9, 1 б.]».

Бұқара халық санасын қалыптастыру мен трансформациялауда медианың рөлі пәнаралық зерттеу нысанына айналғанын ХХ ғасырдың бірінші жартысында Г. Маклюэн, А. Моль, Э. Бернейс, Дж. Клэппер, Г. Лассуэл тәрізді көптеген көрнекті ғалымдар айқан болатын. Олар біраз мәселелердің бетін ашты. Мысалы, У. Липпман «қоғамдық пікір қалыптастыру мен шындықты қабылдаудың тұрақты стереотиптерін қалыптастырушы» десе, Т. Рошак пен Г. Шиллер «бұқара санасының жаппай манипуляциясы және ақпараттық империализм» деді.

Ал сол өткен ғасырдың соңына қарай Ю. Хабермас, Э. Тоффлер, Н. Луман, Ж. Бодрийяр, М. Кастельс, Д. Бенигер, П. Лазарсфельд және т.б. еңбектерінде медиатизация жаһандануға апаратын әлеуметтік-мәдени тренд деп айтылды. Олардың айтуынша медиатизация ақпаратты жеткізу технологиясымен ерекшеленбейді, ол медианың қоғамда атқаратын қызметімен ерекшеленеді. Алайда, технология медиа қызметінде тек технологиялық жаңашылдықтардың арқасында интернет және соған байланысты жүйелік құрылымдардың дамуы кезінде ақпарат таратушы көз бен алушы адресат арасындағы біржақты емес, өзара интерактивті байланыс орнап, коммуникация принципі өзгерген кезде технология шешуші мәнге ие болады.

Жоғарыда аты аталған ғалымдар медиатизация көрінісі ретінде қазіргі медианың бұрындары халықтан жабық болған әлеуметтік институттардың қызмет салаларының бұқараға ашылуын айтады. Мысалы, мемлекет, құқық, денсаулық сақтау, білім беру салаларының ашылуы. Бүгінгі күн туралы айтар болсақ, ауыл мектебінің мұғалімі де медиа құралдары арқылы «Білім беру туралы» немесе «Мұғалім мәртебесі туралы» заңдарды ашық талқылап, өз пікірін білдіріп, заңға өзгерістер енгізілуіне әсер ете алады. Оқулықтарда кеткен қателіктер, білім саласындағы олқылықтар әр-түрлі медиа арқылы талқыланып, олар туралы үкімет жылдам құлағдар болуда.

Өткен ғасырдың екінші жартысынан бастап спорт медиатизациялана бастады. Спорт шаралары өтіп жатқан кезде жанкүйерлер тікелей эфирден радио арқылы тындап, теледидар арқылы көріп жарысқа қатысып отырғандай әсер алса, қазіргі кезде жанкүйер өзін қызықтыратын спорттық жарысты интернетте таңдап, пікірін білдіріп, спортқа онлайн ақ-

шалай бәс те тіге алады. Спорт комментаторларына қойылатын талаптар да өзгеруде. Олар публикамен, жанкүйерлермен, сарапшылармен онлайн пікір алмасу арқылы байланысқа түсіп, жарыстағы әр-бір сәтті бірлесе талқылай алады. Алайда, кейбір комментаторлар өтіп кеткен жаңалықты тікелей эфирде айтып отыратын кездер болады. Бүгінгі медиатизацияланған заманда көрермен спорт жаңалықтарын, спортшы өмірі туралы мәліметтерді комментатордан да көп білуі мүмкін, әрі қажет болса кез-келген уақытта әр-түрлі жолдармен алуына көптеген мүмкіндік бар.

Қорытынды. Жоғарыда айтылғандарды қорытындылар болсақ, мәдениет пен қоғамды қалыптастыруда медиа арқылы қарым-қатынас құрудың маңыздылығы арта түсуіне байланысты медиатизация үдерісін зерттеу де өсе береді. Медиатизацияны зерттеу шеңберінде медиалық және коммуникативтік өзгерістер арасындағы байланыс қана емес, сондай-ақ саясат, жарнама, күнделікті өмір және т.б. әлеуметтік қарым-қатынас құрылымдары мен үдерістерінің дамуы да зерделене береді.

Қазіргі медиа зерттеушілерінің соңғы жұмыстарына назар аударар болсақ, олар медиатизация бойынша медианың сан қилы салаларына көіл бөлуде. Мысалы, бірі медиатизацияның өндіріске әсерін зерттесе, енді бірі күнделікті өмір, адам жадысы, физикалық белсенділік, ақылды үй, терроризм медиатизациясы және т.б. көптеген бағыттарда зерттеулер жүргізуде.

Бүгінгі таңда медиа тек технологиялық платформа ғана емес, әлеуметтік өмір мен қоғамның басқа да институттарына да белсенді түрде ықпал ететін толыққанды институт бола бастады. Күнделікті өмірге медианың араласуының ұлғайғаны соншалық, көптеген қоғамдық үдерістерді медиа компонентсіз елестете алмаймыз. Бұл – қазіргі қоғамның медиатизациялануының көрінісі.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds - understanding everyday mediatization // Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age. Basingstoke: Palgrave, 2014. – P 435.
- 2 Брокгауз бен Ефроннің «Энциклопедиялық сөздігі»: Медиатизация. [Электронды ресурс] – URL: <http://www.vehi.net/brokgauz/> (Қарастырған күні: 04.03.2019)
- 3 Hjarvard S. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. – NY: Nordicom Review, 2008. – 242 p.
- 4 Thompson J.B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford, 1990. – 372 p.
- 5 Воропай Т.С. Медиатизация культуры и литература (опыт сравнительного анализа двух текстов), / Т.С. Воропай, Е.А. Тягло // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер. «Философия. Культурология. Политология. Социология», 2012. – 132 с.
- 6 Ним Е.Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал, 2017. Том 23. № 3. - 125 с.
- 7 Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. - Москва: 2006. – 448 с
- 8 Анохина В.В. Медиатизация как фактор трансформации социальных пространств и метаморфозы культурных традиций. / Анохина - Москва, – С.14.
- 9 Hepp A. Transforming Communications. Media-related Changes in Times of Deep Mediatization. University of Bremen ZeMKI, Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung Linzer Str. 4, 28359. - Bremen, Germany. – 2016. - P 122.

Н.Ж. Кошкенов, Қ.Ө. Сак

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Медиатизация является движущей силой трансформации общества и культуры

Аннотация. Глобализация, разрушение традиций, глокализация, детерриторизация, индивидуализация, медиаизация становятся тенденциями в современном обществе как социальном процессе, который трансформирует культуру и общение. В статье авторы дают введение в термин «медиатизация» и дают полное понимание этой теории. Также медиатизация рассматривается как один из ключевых факторов изменения социальных и культурных традиций в обществе.

Ключевое слово: Медиатизация, медиа, медиалогика, медиация, социальное пространство, культура, традиции, глобализация

N.Zh. Koshkenov, K.O. Sak

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Mediatization is the driving force behind the transformation of society and culture

Abstract. Globalization, the destruction of traditions, glocalization, deterritorization, individualization, mediaization become trends in modern society as a social process that transforms culture and communication. In the article, the authors give an introduction to the term «mediatization» and give a understanding of this theory. Mediatization is also viewed as one of the key factors for changing social and cultural traditions in society.

Key words: Mediatization, media, medialogic, mediation, social space, culture, traditions, globalization.

References

- 1 A.Hepp, F. Krotz. Mediatized worlds - understanding everyday mediatization, Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age. Basingstoke: Palgrave, 2014. – P 435.
- 2 Brokgawz ben Efronniñ «Énciklopediyalıq sözdigi»: Mediätizaciya [Brockhaus and Ephrond's Encyclopedic Dictionary: Mediation], [Electronic resource] Available at: <http://www.vehi.net/brokgawz/> (Accessed: 10.10,2018) [in Russian]
- 3 Hjarvard S. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. (Nordicom Review, NY, 2008, 242 p.).
- 4 Thompson J.B. Ideology and Modern Culture. (Critical Social Theory in the Era of Mass Communication, Oxford, 1990, 372 p.).
- 5 Voropai T.S. Mediätizatsia kultury i literatura (opyt sravnitel'nogo analiza dvuh tekstov) [Media culture and literature (the experience of the comparative analysis of two texts)], Uchenyye zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta im V.I. Vernad'skogo. Ser. «Philosophy. Culturology. Political science. Sociology» [Uchenyye zapiski Tavricheskogo national university them. IN AND. Vernad'sky. Ser. «Philosophy. Culturology. Political science», 2012, 132 p.). [in Russian]
- 6 Nim E.G. Issleduiia mediätizatsiu obshestva: Kontsepsiia mediätizirovannyh mirov [Exploring the mediaization of society: the concept of mediaized worlds], (Sociological Journal, 2017, T. 23, (3), 125 p.). [in Russian]

7 Kirillova, N.B. Mediakultura: ot moderna k postmodernu [Media culture: from modern to postmodern], (Moscow, 2006, 448 p.). [in Russian]

8 Anokhina V.V Mediatizatsia kak factor transformatsi sotsialnyh prostranstv i metamorfozy kulturnyh traditsii [Mediatization as a factor in the transformation of social spaces and the metamorphosis of cultural traditions], (Moscow, P. 14.). [in Russian]

9 A.Hepp. Transforming Communications. Media-related Changes in Times of Deep Mediatization. University of Bremen ZeMKI, Zentrum für Medien, Kommunikations- und Informationsforschung Linzer Str. 4, 28359 (Bremen, Germany, 2016, P. 122).

Авторлар туралы мәлімет:

Кошкенов Н.Ж. – Журналистика және саясаттану факультетінің магистранты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ. Сәтбаев көш. 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Сақ Қ.Ө. – Филология ғылымдарының кандидаты, Еуразия ұлттық университетінің профессоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ. Сәтбаев көш. 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Koshkenov N.Zh. – PhD student at faculty of Journalism and political science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Sak K.O. – L.N. Gumilyov Eurasian National University professor, Dean of faculty of Journalism and political science, Nur-Sultan, Kazakhstan.