

References:

- 1 Phillips, Andrea. *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences across Multiple Platforms*. New York, NY: McGraw-Hill. Kindle Edition. – 2017. – p.230.
- 2 Rutledge, Pamela. *Transmedia Storytelling: Neuroscience Meets Ancient Practices*. Retrieved June 18, 2011. – p.161.
- 3 Lambert, J. *Digital Storytelling Cookbook and Travelling Companion version*, Digital Diner Press. – 2003 – p.9-19.
- 4 Shankar, A. and Goulding, C. *Interpretive consumer research: two more contributions to theory and practice*. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 4 (1). – 2001. – pp.7-16.
- 5 Jenkins, H. *Transmedia Storytelling* / H. Jenkins // “MIT Technology Review”. – 2009. Available at: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/> (accessed: 21.03.16).
- 6 Scolari, C.A. *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Production* / C.A. Scolari // *International Journal of Communication*. Vol. 3. №4. – 2009. – p.325.
- 7 Gambarato, R. *Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations* / R. Gambarato // *Baltic Screen Media review*: Vol.1. – 2017. – p.84-85.

МРНТИ 19.01.11

<https://doi.org/10.51889/2020-2.1728-7804.105>

Есенбекова У.,¹ Доспан Д.²

^{1,2}Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан

**ТЕЛЕВЕЩАНИЕ В КАЗАХСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ**

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы развития и правовые аспекты деятельности телевизионного вещания в Казахстане в условиях информационного общества. Предлагаются механизмы контроля и прогнозирования деятельности социально ответственного телевидения, его роль в демократической модернизации общества. Авторы всесторонне проводят анализ правовых аспектов организации телевидения в информационном обществе, изучает роль телевидения в новых социальных условиях.

В статье авторы выделяют новые конструкции современных медиа отношений и формы управления контентом, которое ведет к усилению гражданской активности и росту политического сознания общества. И это становится эффективным способом изменения социального сегмента и влияния на него. Переход пассивных групп аудитории в положение активного участника коммуникационного процесса ставит перед государством и обществом совершенно новые задачи. Статья содержит прогнозные модели отношений между телевидением и политическими институтами и принципы формирования механизмов контроля общества за деятельностью телевидения в информационном обществе.

Ключевые слова: телевидение, информационное общество, трансформация телевидения, социальная ответственность телевидения, информационное законодательство, общественный контроль над телевидением

Yessenbekova U.,¹ Dospan D.²

^{1,2}L.N. Gumilyov Eurasian National University,
Nur-sultan, Kazakhstan

**BROADCASTING IN KAZAKHSTAN IN CONDITIONS INFORMATION SOCIETY.
LEGAL ASPECTS**

Abstract

The article discusses the development problems and legal aspects of television broadcasting in Kazakhstan in the information society. The mechanisms of monitoring and forecasting the activities of socially responsible television, its role in the democratic modernization of society are proposed. The authors comprehensively analyzes the legal aspects of broadcasting in the information society, studies the role of television in the new social conditions.

In the article, the authors highlight new constructions of modern media relations and forms of content management, which leads to increased civic activism and an increase in the political consciousness of society. And this becomes an effective way to change the social segment and influence on it. The transition of passive audience groups to the position of an active participant in the communication process poses completely new challenges for the state and society. The article contains predictive models of relations between television and political institutions and the principles of the formation of mechanisms for controlling society over the activities of television in the information society.

Keywords: television broadcasting, the information society, the transformation of television, the social responsibility of TV, information legislation, public control over television

Есенбекова Ұ.,¹ Доспан Д.²

^{1,2} *Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Нұр- Сұлтан, Қазақстан*

АҚПАРАТТЫҚ ҚОҒАМ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ТЕЛЕВИЗИЯ. ҚҰҚЫҚТЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Аңдатпа

Мақалада ақпараттық қоғам жағдайында туындайтын қазақстандық телевизияның өзекті мәселелері мен қызметінің құқықтық аспектілері қаралған. Әлеуметтік жауапкершілік жүктелген телеарналардың қызметін бақылау мен болжау тетіктері, оның қоғамды демократиялық жаңғыртудағы рөлі сарапталады. Ақпараттық қоғамдарда хабар таратуды ұйымдастырудың құқықтық аспектілерін жан-жақты талдаған авторлар жаңа әлеуметтік ортадағы телевизияның қызметі мен рөлінің маңыздылығын да жүйелеп сараптауға басымдық берген.

Мақалада қазіргі медиа саладағы қарым-қатынастар мен контенті басқарудың жаңа формалары азаматтық белсенділікті арттырып, қоғамның саяси санасының өсуіне ықпал ететіні атап көрсетілген. Бұның өзі әлеуметтік сегментті өзгерту мен оған ықпал етудің тиімді тәсіліне айналуға. Аудиторияның бұрынғы енжар топтарының коммуникативтік процестің белсенді мүшелері қатарына ауысуы мемлекет пен қоғамның алдына мүлдем басқа міндеттер қояды. Телевизия мен саяси институттар арасындағы қатынастардың болжамды парадигмалары және ақпараттық қоғамда телеарналар қызметіне қоғамдық бақылау тетіктерін қалыптастыру қағидаларының маңызы тұжырымдалған.

Түйін сөздер: телехабар тарату, ақпараттық қоғам, телевизияның трансформациясы, телевизияның әлеуметтік жауапкершілігі, ақпараттық заңнама, телевизияны қоғамдық бақылау

Введение. История человечества не знает таких ярких примеров, когда определенный способ коммуникации имел столь сильное влияние на жизнь людей, общества или государства. Появившись относительно недавно, телевидение превратилось в уникальный и оригинальный способ распространения информации, которое сочетает в себе технологию видео и аудио вещания. Благодаря этому свойству визуализации и аудирования телевидение стало занимать ведущее место по популярности среди средств массовых коммуникаций.

Современный мир невозможно представить без телевидения, имеющий громадный потенциал. Благодаря телевидению любая информация, показанная в эфире, сразу приобретает значимый статус и становится популярным. Человечество привыкает жить в условиях информационного общества. Как известно, в документах Всемирного саммита, где обсуждались вопросы информационного общества, были сформулированы новые требования к средствам массовых коммуникаций. В том числе к телевидению, как самому популярному институту массовой информации. Все это было сформулировано как “глобальная задача в новом тысячелетии” [1, 2].

Целью нашей работы является поиск путей развития, возможных трансформаций и положение телевидения в информационном обществе, определение роли телевидения в новых социальных условиях, прогнозирование моделей отношений между телевидением и политическими институтами, формирование механизмов контроля общества за деятельностью телевидения в информационном обществе.

Материалы и методы. При подготовке статьи был использован междисциплинарный подход, который подразумевает как политологический метод, так и другие методы в теории информационного общества, современных коммуникаций, разделы теории журналистики.

В работе также применен исследовательско-хронологический подход, политологический и синхронический методы системного анализа. Теоретическое осмысление избранной тематики проводилось на основе анализа центральных тенденций развития мирового информационного пространства, в частности, формирование информационного общества и функционирование телевидения в новых коммуникационных условиях.

Были проанализированы официальные международные документы ООН, принятые на Всемирном саммите по вопросам информационного общества, где были сформулированы новые требования к средствам массовых коммуникаций. В статье рассмотрена Европейская конвенция о трансграничном телевидении, где были определены основные принципы деятельности современного цифрового телевидения.

В работе приведены нормативно-правовые акты Казахстана в области информационной политики, создания информационного общества, электронного правительства. Все это демонстрирует хороший уровень законодательного регулирования и либеральность правового института Казахстана в вопросах информационной стратегии государства.

Результаты. В ходе изучения выбранной темы получены результаты, которые показывают необходимость трансформации отечественного телевидения, являющегося универсальным институтом общественной жизни в информационном обществе и выполняет политические и социокультурные функции. При этом надо заметить, что за последние 10 лет в Казахстане принимаются меры по институциональному изменению в создании и поддержании системы социально ответственного телевидения, совершенствовании информационного законодательства и перестройки парадигмы информационной политики государства.

Казахстанское общество требует и поддерживает необходимость выстраивания равных отношений между телевизионными вещателями и телеаудиторией, создания транспарентной медиаэкономики и медиаисследований.

В данной работе были систематизировано национальное законодательство Казахстана в области свободы слова, создания, получения, обработки и распространения информации, организация деятельности журналистов и средств массовых коммуникаций.

Главными принципами деятельности социально ответственного телевидения должны быть заложены открытость, прозрачность и транспарентность. Такие же функции телевидения определены в Европейской конвенции о трансграничном телевидении. Дополнительно к названным принципам в конвенции называются также универсальность, многообразие, ответственность и независимость [3].

Таким образом, на смену старым сеткам вещания приходят обновленная редакционная политика, социальная безответственность менеджера телевидения заменяется усилением ответственности. В таких условиях определение рейтингов и медиаизмерение аудитории будут подталкивать к институциональным переменам, расширению зрительской аудитории, превращению ее пассивного сегмента в активного участника социального и политического дискурса [4].

Современное телевидение конвергентных форм предполагает данный переход пассивной аудитории в активного потребителя и равноправного участника сложного коммуникационного процесса. С появлением интерактивного телевидения этот процесс приобретает совершенно иное качество [5, 6].

В данном контексте информационное общество можно отождествлять с гражданским обществом, где существенно изменены не только инструменты политических коммуникаций, но и главные акторы этих процессов. При этом, общество и его институты, вся информационная аудитория становятся активными участниками многосторонней коммуникации, которые будут влиять не только в программную политику, но и участвовать в управлении и формировании телевизионной повестки дня [7].

Принятые казахским парламентом законодательные акты, регулирующие сферы информационной политики и коммуникаций содержат принципиальные положения о месте и роли телевидения в условиях Казахстана, необходимости переосмысления телевидения как единого комплекса средств массовых коммуникаций [8].

В статье мы хотели показать сформированность цельного правового института Казахстана в вопросах законодательства, регулирующее информационную политику в государстве. Мы полагаем, что катализатором дальнейшего развития информационного общества и казахстанского цифрового телевидения будет дальнейшая демократическая модернизация общественного строя, присоединение Казахстана к международным документам о правах и свободах человека и гражданина, о трансграничном движении информационных потоков.

Для этого нужно продолжать реализацию задач по повышению эффективности системы государственного управления и обеспечить доступными инновационные и инфо-коммуникационную инфраструктуру. Создание информационной среды для социально-экономического и культурного развития государства и общества, развитие отечественного информационного пространства также предполагает объединение усилий государства и общества.

Так как “Информационный Казахстан 2020” будет реализоваться в 2 этапа (1-этап: 2013-2017 годы, 2-этап: 2018-2020 годы), то для достижения ее основных целей были определены следующие ключевые индексы:

1. В рейтинге DoingBusiness Всемирного Банка в 2020 году Казахстан должен будет находиться в списке первых 35 стран и индекс “электронного правительства” (по методике ООН) в 2020 году должен находиться в числе первых 25 стран.

2. Доступность информационно-коммуникационной инфраструктуры в домохозяйствах Республики Казахстан – 100%, количество пользователей сети Интернет в 2020 году – 75% и уровень компьютерной грамотности населения – 80%, охват эфирным цифровым телерадиовещанием населения Казахстана – 95%.

3. Доля сектора информационно-коммуникационных технологий в ВВП страны – 4%, доля организаций здравоохранения, подключенных к единой сети здравоохранения, – 100%, доля научно-образовательных учреждений, подключенных к единой национальной научно-образовательной сети, – 100%

4. Доля электронных средств массовой информации к общему числу зарегистрированных в Казахстане СМИ – 100%, доля оборота казахстанских интернет-магазинов в общем обороте товаров и услуг, оплачиваемых электронно, – 40%

5. Доля государственных услуг, предоставляемых в электронном формате, – 50%, доля оказанных электронных государственных услуг по отношению к общему числу услуг, полученных в традиционном виде – 80% [9].

Официальные документы, принятые с 2010 года не содержат исчерпывающих ответов на современные вызовы, в некоторых из них доминируют решение технических задач по внедрению цифрового вещания, отсутствуют подходы по организации телевидения в цифровой среде. Тенденции развития мирового информационного пространства требуют от государства и общества совместного поиска и определения новых категорий “электронных СМИ”, отражающих процессы неизбежной конвергенции информации и коммуникации. Понимание этой особенности подтолкнули казахстанские власти к созданию Министерства информации и коммуникаций.

Важной миссией министерства является формирование и проведение эффективной государственной политики в сферах связи, информатизации, “электронного правительства” и информации, а также развитие и обеспечение устойчивого функционирования и безопасности единого информационного пространства и инфраструктуры связи. Надо также понимать неизбежность усиления социальной ответственности телевидения и его развитие в информационном обществе, которые приобретают особую актуальность в условиях Казахстана [10].

Обсуждение. В наше время очень важное значение имеют сетевые СМИ, Интернет и другие инфо-коммуникативные ресурсы, которые открывают свободный доступ к информационным и нравственным ценностям, накопленным человечеством на протяжении длительного времени, к свободному выражению мнений, свободному потоку новых идей. Все перечисленное являются базовыми демократическими ценностями общества.

Проблемы становления информационного общества в Казахстане отражены во многих законодательных актах и госпрограммах. В целом они направлены на решение политико-

экономических, социальных вопросов устранения информационного неравенства в обществе, технократических и технологических проблем [11].

В стране сложился цельный правовой институт – законодательство в области свободы слова, создания, получения, обработки и распространения информации, организация деятельности журналистов и средств массовых коммуникаций. Этот процесс находится в состоянии активной эволюции [12].

Стимулирующее влияние на эти процессы оказывают ряд объективных факторов. В числе таких катализаторов – дальнейшая демократическая модернизация общественного строя, присоединение Казахстана к международным документам о правах и свободах человека и гражданина, о трансграничном движении информационных потоков и другие. У государственных органов и чиновников постепенно меняются отношение к средствам массовых коммуникаций, в государственных структурах создаются подразделения по работе со СМК [13].

Поэтапно реализуется программа электронного правительства. Начало 2000-х годов отличались дискуссией по вопросам дальнейшего усиления демократического вектора развития Казахстана. Данная работа завершилась принятием двух важных документов: Концепции развития гражданского общества на 2006-2011 годы и Концепции развития конкурентоспособности информационного пространства Казахстана на 2006-2009 годы.

В последующим все эти законодательные изменения были закреплены принятием Закона “О внесении изменений и дополнений в Конституцию Республики Казахстан”. Под влиянием этих факторов был определен либеральный вектор развития казахстанского медиаправа, которые были реализованы принятием следующих документов: внесение изменений и дополнений в законы “О средствах массовой информации”, “Об информатизации” и “О связи”, Концепции развития гражданского общества на 2006-2011 годы, Концепции развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-2009 годы, Концепции информационной безопасности Республики Казахстан, Программы снижения информационного неравенства в Республике Казахстан на 2007-2009 годы.

Одним из официальных документов в области информационной политики стала Государственная программа “Информационный Казахстан – 2020”. Цель программы – создание условий для перехода Казахстана к информационному обществу. Концепция Государственной программы закрепляет создание стимулов для использования информационно-коммуникационных технологий в экономической, политической, социальной и духовной сферах жизни общества.

В казахстанской госпрограмме отмечается жизненно важная роль электронных СМИ в укреплении демократических институтов и развитии общества. Все это связывается с традиционно незаменимым уровнем присутствия традиционного телевидения в каждом доме, которая является наиболее эффективным способом получения информации [14, 15].

Казахстанские телевизионные вещатели в отечественном информационном пространстве представлены рядом бинарных оппозиций: традиционное телевидение и новые электронные средства массовых коммуникаций, телевидение и среда Интернета и мобильного ТВ, свободного доступа к информации и проблемой ограничения доступа к ней, свободного выражения мнений и невозможность воспользоваться ею. Надо признать, что на практике развитие телевидения сдерживается несостоятельностью правового регулирования информационных отношений внутри социально-политической системы и слабой информированностью общества по указанным вопросам.

Таким образом, в обществе и непосредственно в сфере электронных массовых коммуникаций возникают серьезные проблемы, связанные с необходимостью институциональных перемен. И эти перемены невозможны без совершенствования и дальнейшей либерализации национального законодательства, реализации обновленной информационной политики и модернизации системы телерадиовещания в условиях формирования информационного общества, как важной составляющей гражданского общества.

На наш взгляд, единственно эффективным механизмом его построения является внедрение модели публичной медиасферы. Но, к сожалению, пока казахстанское телевидение остается в стороне от этих процессов. Это дает основания полагать о вытеснении телевидения в ближайшем будущем из Интернета и традиционной инфо-коммуникационной среды новыми медиа. Для сохранения и приумножения преимуществ телевидения в наших условиях надо понимать природу воздействия на медиаиндустрию инфо-коммуникационных технологий [16, 17].

На сегодняшний день система казахстанского телевидения должна быть представлена как сочетание общереспубликанских и областных, государственных и коммерческих, производящих и сетевых компаний. И редакционная политика этих телеканалов идентифицируется не с менталитетом казахского телезрителя, с его запросами, а с представлениями государственных медиаменеджеров, учредителей и владельцев. Подобное явление можно квалифицировать как “медиакратию”. Но, можем предположить, что потребность информационного общества приведет к установлению более гибкой системы телеканалов, которые в своей вещательной деятельности будут опираться только на интересы и потребности разных сегментов аудитории [18, 19].

Такому процессу должно способствовать только интерактивные технологии, предоставляющие установления с аудиторией так называемой “обратной связи”. Без этого невозможно достичь качественного программирования, отвечающего потребностям общественных институтов и отдельных граждан. Такая аудитория становится активным социальным объектом телевизионной коммуникации, приобретая свойства функционального элемента политического устройства, которое означает возвращение к новой технологической парадигме – к инструментам прямого демократического народного управления [20].

Конструкция новых медиа отношений и качественно иное управление контентом ведет к усилению гражданской активности и росту политического сознания. И это станет эффективным способом изменения общественного сегмента и влияния на нее. Такой переход пассивных групп аудитории в положение активного участника коммуникационного процесса ставит перед государством и обществом совершенно новые задачи по разработке других форм организации и управления вещательными субъектами. Потому что с развитием цифрового телевидения происходят взаимозависимые перемены, возникают сложные проблемы создания и функционирования социально ориентированных вещателей [21].

До внедрения цифровых технологий возможность создания качественного и объективного телевидения связывали с возникновением общественного телевидения. Ответственное только перед обществом телевидение в социальном плане намного шире чем общественное телевидение. Потому что социально ответственное телевидение может быть реализовано на телеканалах с любой организационно-правовой формой.

Проведенные социологические исследования показали, что 88% казахстанцев выбирает для просмотра отечественные телеканалы, при этом 53% из них делают это каждый день. Задача увеличения данной доли является одним из катализаторов позитивных изменений в обществе, роста роли в формировании национальной идентичности, продвижении согласия и социально-политической стабильности в обществе. Количество казахстанских пользователей Интернета приближается к 16 миллионному рубежу, абонентов сотовых операторов более 17 миллионов при 18,5 миллионном населении. Такие показатели демонстрируют высокое соотношение экономически мобильного населения страны [22].

Объем и характер получаемой человеком информации кардинально меняет образ его жизни. И государство понимает важность информационных и коммуникационных технологий в социально-экономическом развитии общества, трансформации инфо-коммуникативного сегмента рынка и развитие современных средств коммуникаций

Выводы. В данной работе мы пытались показать проблемы и перспективы развития телевизионного вещания в Казахстане в условиях информационного общества. Были рассмотрены механизмы контроля и прогнозирования социально ответственного телевидения, его роль в демократической модернизации общества.

В статье изучены специфика современного телевидения в условиях информационного общества, показана концептуальная возможность и проблемы казахстанского телевидения в будущем. В ходе исследования определены социально-политические критерии и характеристики социально ответственного телевидения, указана возможность его регулирования, контроля и прогнозирования.

Нами сформулированы пути реализации принципов социальной ответственности телевидения в демократической модернизации общества, показаны проблемные направления нормативно-правового регулирования информационной политики, телевидения в новых коммуникационных условиях. Основными выводами работы можно определить:

установление общих направлений трансформаций телевидения в информационном обществе, составление прогнозной концепции социально ответственного телевидения,

формулирование тенденций развития информационного общества и изменения информационной политики телевидения,

Настоящая работа содержит анализ социального и политического регулирования телевидения в информационном обществе, правовые аспекты функционирования новых медиа, конструктивные предложения по организации цифрового телевидения, взаимоотношений владельцев и вещателей с зрительской аудиторией и медиарынком.

Список использованной литературы:

- 1 Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга // Вестник МГУ. Серия 12. Социально-политические исследования. – 2003. – сс.46-53. – журнал
- 2 Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим. М.: Воскресенье, 2002. – с.263. – кітап
- 3 Тарасенко А.С. Интернетизация российского телевидения: Сб. материалов Международной научно-практической конференции. – М., 2010. – сс.156-167. – журнал
- 4 Телевизионная журналистика. Учебное пособие. Издание 3-е. / ред. коллектив Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвиг, А.Я. Юровский. – М.: Высшая школа, 2012. – с.325. – кітап
- 5 Ученова В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 1976. – № 4. – сс.129-143. – журнал
- 6 Фрейлих С. Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского / С.Фрейлих. – М.: Смысл, 2002. – с.203. – кітап
- 7 Телевизионная журналистика: Учебник / Ред. кол.: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвиг, А.Я. Юровский. 4-е издание. – М.: Изд-во МГУ; Высшая школа, 2002. – с.356. – кітап
- 8 Барманкулов М.К. Возможности коммерческого телевидения. – Алматы, 1998. – с.196.
- 9 www.mic.gov.kz
- 10 История отечественного телевидения: взгляд исследователей и практиков: учебное пособие / под ред. Г.А.Шевелева. М.: Аспект Пресс, 2012. – с.297. – кітап
- 11 Есенбекова Ұ.М. Тележурналистика: телехабар жасау технологиясы. Оқулық / Алматы: Қазақстан Республикасы Жоғары оқу орындарының қауымдастығы, 2011. – с.325. – кітап
- 12 Shorohov D. Literature and TV. In: Mass communication [Internet]. Almaty: KazNU UNESCO Chair, 2001-2002. – с.156. – кітап
- 13 Муратов С. Телевидение в поисках телевидения. – М.: Изд-во. МГУ, 2012. – с.241. – кітап
- 14 Амандосов Т. Публицистика – дәуір үні. – Алматы: Қазақстан, 1994. – с.254. – кітап
- 15 Kabdolov Z. Art of word. Almaty: Kazakh University. – 1992. – с.324. – кітап
- 16 Лившиц В.Г. Электронные СМИ: проблемы системного анализа // Обретения и потери, стратегия развития: Материалы научно-практической конференции. М., – 2012. – сс.67-79. – журнал
- 17 Монтень М. Опыты. Избранные произведения / М.Монтель. – Москва: Голос, 2003. – с.452. – кітап
- 18 Бойков Г.С. Тележурналистика: теория и практика. – Москва: Изд-во МЭГУ. – 2004. – с.223. – кітап
- 19 Izotov M. Problems of patriotic education to the people in process to make the national idea of the Kazakhs. Ethnic education in educational system. – 2008, №5. – сс.8-12. – журнал
- 20 Лившиц В.Г. О конкурентоспособности телерадиокомпаний // СМИ в многополярном мире: Материалы научно-практической конференции. М., 2005. – сс.202-216. – журнал
- 21 Поберезникова Е.В. Взаимодействие с телезрителем: эволюция, принципы и модели интерактивного телевидения / канд. филол.наук Е.В.Поберезникова. – М., 2000. – с.298. – кітап
- 22 Хеззинг Й. Ното Ludens: Статьи по истории культуры / пер. Д.В.Сильвестрова. – Москва: Прогресс – Традиция, 2009. с.461. – кітап

References:

1. Dümazede J. Na puti k sivilizacii dosuga // Vestnik MGU. Seria 12. Sosiälno-politicheskie issledovania. – 2003. – ss.46-53. – jurnal
2. Egorov V. V. Televidenie mejdu prošlym i budușim. M.: Voskresene, 2002. – s.263. – kitap
3. Tarasenko A.S. İnternetizasia rosiskogo televidenia: Sb. materialov Mejdunarodnoi nauchno-prakticheskoj konferensii. – M., 2010. – ss.156-167. – jurnal
4. Televizionnaia jurnalistika. Uchebnoe posobie. İzdanie 3-e. / red. kolektiv G.V. Kuznesov, V.L. Svig, A.İa. İurovski. – M.: Vysshaia șkola, 2012. – s.325. – kitap

5. Uchenova V.V. *Sovremennye tendensii razvitiia jurnalisticheskikh janrov // Vestnik Mosk. un-ta. Seria 10. Jurnalistika. – 1976. – № 4. – ss.129-143. – jurnal*
6. Freilih S. *Teoria kino: ot Eizenšteina do Tarkovskogo / S.Freilih. – M.: Smysl, 2002. – s.203. – kitap*
7. *Televizionnaia jurnalistika: Uchebnik / Red. kol.: G.V. Kuznesov, V.L. Svik, A.Īa. Īurovski. 4-e izdanie. – M.: Īzd-vo MGU; Vysshaia škola, 2002. – s.356. – kitap*
8. Barmankulov M.K. *Vozmojnosti komercheskogo televidenia. – Almaty, 1998. – s.196.*
9. www.mic.gov.kz
10. *Īistoria otechestvennogo televidenia: vzgläd issledovatelei i praktikov: uchebnoe posobie / pod red. G.A.Ševeleva. M.: Aspekt Pres, 2012. – s.297. – kitap*
11. *Esenbekova Ū.M. Telejurnalistika: telehabar jasau tehnologiiasy. Oqulyq / Almaty: Qazaqstan Respublikasy Joġary oqu oryndarynyñ qauymdastyġy, 2011. – s.325. – kitap*
12. *Shorohov D. Literature and TV. In: Mass communication [Internet]. Almaty: KazNU UNESCO Chair, 2001-2002. – s.156. – kitap*
13. *Muratov S. Televidenie v poiskah televidenia. – M.: Īzd-vo. MGU, 2012. – s.241. – kitap*
14. *Amandosov T. Publisistika – dāuir ĩm. – Almaty: Qazaqstan, 1994. – s.254. – kitap*
15. *Kabdolov Z. Art of word. Almaty: Kazakh University. – 1992. – s.324. – kitap*
16. *Livšis V.G. Elektronnye SMĪ: problemy sistemnogo analiza // Obretenia i poteri, strategia razvitiia: Materialy nauchno-prakticheskoi konferensii. M., – 2012. – ss.67-79. – jurnal*
17. *Monten M. Opyty. Īzbrannye proizvedenia / M.Montel. – Moskva: Golos, 2003. – s.452. – kitap*
18. *Boikov G.S. Telejurnalistika: teoria i praktika. – Moskva: Īzd-vo MEGU. – 2004. – s.223. – kitap*
19. *Izotov M. Problems of patriotic education to the people in process to make the national idea of the Kazakhs. Ethnic education in educational system. – 2008, №5. – ss.8-12. – jurnal*
20. *Livšis V.G. O konkurentosposobnosti teleradiokompani // SMĪ v mnogopolārnom mire: Materialy nauchno-prakticheskoi konferensii. M., 2005. – ss.202-216. – jurnal*
21. *Pobereznikova E.V. Vzaimodeistvie s telezritelem: evolüsia, prinsipy i modeli interaktivnogo televidenia / kand. filol.nauk E.V.Pobereznikova. – M.:,2000. – s.298. – kitap*
22. *Hezzing Ī. Homo Ludens: Stati po istorii kültury / per. D.V.Silvestrova. – Moskva: Progres – Tradisia, 2009. s.461. – kitap*

MPHTI 16.31.02

<https://doi.org/10.51889/2020-2.1728-7804.106>

Moshkal M.,¹ Akhapov Ye.²

*^{1,2} al-Farabi Kazak National university
Almaty, Kazakhstan*

NEWS MEDIA DISCOURSE AS THE BASIS OF THE INFORMATION SPACE

Abstract

The mass media is a powerful tool that influences on people's minds and a means of promptly conveying information to different parts of the world. It is the most effective force of influencing a person's emotions that can convince the recipient in the best possible way. This work is devoted to the study of the role of mass media in the modern society and social communication by analyzing the aspects of modern news media discourse. The research work defines the main features of media, especially news discourse, as the type of media that is economically viable and accessible. However, because of the constantly moving society, people are not able to read all the news, so in modern time it is important to present information briefly and clearly. Especially, catch the attention of the reader with headlines that play a special role in the information message.

Keywords: mass media, media discourse, news, newspaper, newspaper headlines

Мошқал М.,¹ Ахапов Е.²

*^{1,2} әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті
Алматы, Қазақстан*