

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)
Серделі 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](mailto: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 РМҚ.  
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)
Irnazarov 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](mailto: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](mailto: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 .....	<b>8-19</b>
<i>Жаксылыкбаева Р.</i> Жанр воспитывающий характеристики «нравственности», «душевности» .....	<b>20-25</b>
<i>Есдаулетов А.О., Есдаулетова А.М.</i> Новые тенденции взаимодействия медиа изданий с аудиторией .....	<b>26-35</b>
<i>Кожаметова Л.Т.</i> Проблемы, возникающие при цифровизации казахской печати .....	<b>36-43</b>
<i>Хахазова З., Баткеева Б.</i> Текст - как единица публицистического стиля .....	<b>44-52</b>

### **НОВЫЕ МЕДИА**

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



ҒТАХР 19.01.11

**Ұ.М. Есенбекова**

*Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан*  
(E-mail: [ultmudde@mail.ru](mailto:ultmudde@mail.ru))

### **Жаңа дәуірдегі медианың психологиялық реттеу функциялары**

**Аңдатпа.** Бүгінгі жеке тұлға – қабылдайтын ақпаратының айнымастай көрінісі. Қолданатын ақпарат көздерін сараптау арқылы оның психологиялық портретін жасауға болады. Адамның рухани және интеллектуалдық деңгейін, кәсібін, әлеуметтік жинақылығын, идеологиялық және саяси көзқарасын зерттеуде медиаларды қолдануға болады.

Автор Қазақстанның медиа кеңістігінде медиапсихологиялық әдістер мен факторлардың әртүрлі сипатын, көрінісін талдауға тырысқан. Ол отандық медиадағы психологиялық факторлардың маңызына көңіл аударған. Жаңашыл медиа құралдар өз қызметінде психологиялық тәсілдер мен әдістерді қоғамның дамуына қолдануы тиіс деген пікір айтады.

Ұлттық идеяны да медиапсихологиялық жаңа тәсілдермен ұтымды насихаттау үшін саяси технологиялық, психологиялық, лингвистикалық әдістерді зерттеп, методикалық жағынан тексеріп барып қолдану қажет деген тұжырым жасайды.

**Түйін сөздер:** ақпаратқа тәуелділік, психологиялық портрет, медиа-сараптама, метапатология, ақпараттық-психологиялық қауіпсіздік, релаксация, медиа-терапия.

**DOI:** <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-127-2-64-68>

**Кіріспе.** Жаңа дәуірдегі медианың психологиялық-терапевтикалық «әсері» жойқын екені белгілі. Телевизия мен радионың психотерапевтикалық мәні де қарапайым адамдар үшін түсініксіз. Еліміздің көптеген тұрғындары үшін теле және радио арналар бос уақытын өткізудің таптырмас құралы. Жастар жағы қазір Интернет арқылы барлық әлеммен байланыс орнатса, орта жастағы адамдар дәстүрлі телеэкраннан өзінің «ақпарат тапшылығын» толтыра алады. Үлкен мәдени шараларға, алаңдардағы мерекелерге қаржы жұмсап шығындалмай үйінде отырып, сол іс-шаралардың ортасында жүргендей сезінеді. Америкалық профессор Джон Палфри «телевизия мен радио жалғыздықтан құтылудың жақсы жолы» екенін айтады. Көрермен мен тыңдарман өзіне: «Қымбатты, көрермен! Біз сіздер үшін қызмет етеміз. Біздің арнадан кетпеңіздер...» деген сөздерге елтіп, өзінің сырласын табады. Бұл – көп адам ойлана бермейтін, телевизия мен басқа да медиалардың ең құнды сиқыры [1, 103 б.].

Жасы үлкен адамдар мен қимыл-қозғалысы шектелген адамдар үшін телевизия мен радио сырттағы әлеммен коммуникацияның қолжетімді түрі. Телевизия психологиялық жағынан жеке адамдарға өмір сүруге көмектеседі. Өздеріңіз күнде көріп жүрген үнді, түрік, кәріс сериалдарындағы шытырман оқиғалардың барлығы өмірден алынып, әсіреленіп экран арқылы көрерменге әсер етеді. Қандай да бір өмірлік қиындықтарға тап болған әсершіл көрермен үшін бұлар қайсыбір психотерапевтік сеанстардан да күштірек жұбату құралдары.

**Нәтижелері мен талқылануы.** Әрбір үйде тұратын телевизор – адамның интеллектуалдық деңгейін, кәсібін, рухани кемелдену деңгейін, әлеуметтік жинақылығын, идеологиялық және саяси көзқарасын білдіретін тест рөлін атқара алады. Медиапсихология бағытының негізін қалаушы Петер Винтерхофф-Шпурк бір отбасының күнделікті көретін бағдарламалары мен тыңдайтын радио арналарын сараптау арқылы осы отбасы туралы толық психологиялық портрет жасауға болатынын жазады [2, 156 б.].



Осы мәліметтер арқылы психологтар бұл отбасының талғамын, әдет-дағдысын, көзқарастарын біле алар еді. Қазіргі жеке тұлға – оның қабылдайтын ақпаратының айнымайтын көрінісі. Әлемге танымал телеарналар мен радио станциялардың өнімдерінде өздеріне тән «айла» мен «амалдардың» жиынтығы бар. Бұндай «айла мен амалдар» кейбір бағдарламаларда ашық көрініп тұрса, кейбірінде жасырылады. Көрерменді баурап алудың тәсілдері көбінесе жарияланбайды, олар коммерциялық құпия түрінде қорғалады.

1990-жылдары Ресейде белсенділігімен көзге түскен қоғам қайраткері Ирина Хакамада телевизияның психологиялық әсерінен саясаткерлер мен танымал тұлғалардың қаншалықты өзгертетінін ашық сипаттаған. «Олар эфирге тәуелді болады. Қашан мені телеэфирге шақырар екен деп күтіп, смартфонын тастамайды. Телеарналарға берген сұхбаттары туралы айта бергісі келеді. Адамның өзі телеарналардың редакцияларына хабарласып, өз қызметін ұсына бастайды. Егер оны тележобаға шақыра қалса ондай адам бәрін ұмытып, телеэфирге тұра жүгіреді. Кафеде, көшеде, басқа да қоғамдық орындарда мені таныды ма екен деп айналасына қарай береді. Телеэфирге шығуға көмектесе алатын журналистер мен редакторларға сыйлық таратып әбігерге түседі» [3, 67 б.].

Телеэфирді өзінің беделін өсіретін құрал ретінде қарайтын саясаткерлерді, қоғамға танылғысы келіп тұратын адамдарды журналистер жақсы біледі. Бұны да адамның психикалық тәуелділікке берілгенін көрсететін индикатор деп қабылдауға болады.

Қазақстандағы телерадио арналардағы медиапсихологиялық әдістер мен факторлардың әртүрлі сипатын, көрінісін өте жоғары деңгейде деуге болмайды. Біздегі медиақұралдардың менеджменті әлі де психологиялық факторлардың рейтингке, көрерменді тартуға болатын мүмкіндіктерін жете бағалай алмауда. Бұл жайлы голландиялық ғалымдар профессор Ханс Хоккен мен Амстердамдағы Коммуникацияны зерттеу мектебінің докторанты Карин Фиккерс бірлескен еңбектерінде: «жаңа деңгейде жұмыс істейтін, жоғары танымалдыққа ұмтылған медиа құралдар өз қызметінде психологиялық тәсілдер мен әдістерді қоғам игілігі үшін бұруға тиіс» деген пікір айтады [4, 93 б.].

Ұлттық идеяны да медиапсихологиялық жаңа тәсілдермен ұтымды формада насихаттауға болады. Бұған саяси технологиялық, психологиялық, лингвистикалық әдістер жеткілікті, олар жақсы зерттеліп, методикалық жағынан әбден ысылып, тексерілген.

Бұқаралық коммуникация құралдары мен қоғамдық сананың ықпалдасуындағы психологиялық аспектілер (кескін-келбеті, көзқарасы) тиімділігі жоғары құралдардың қызметін, адамдарға әсер етудің ғылыми тәсілдері мен олардың жүріс-тұрысын бағыттау сияқты мәселелерді қамтиды.

Медианың ағартушылық, тәрбиелік функцияларымен қатар психологиялық реттеу функциясы да бар. Бұлар медианың бір-бірімен тығыз байланысып жатқан функцияларына жатады. «Медиа ақпарат таратып қана қоймай, адамдардың психологиялық және эмоционалдық тонусына әсер етіп, позитивті және негативті көңіл-күйлер мен сезімдерді жасай алатын жақсы механизм. Бұндай нәтижеге контенттің мазмұны арқылы ғана емес, сонымен бірге, материалды таратудың формасы, мәтін мен дизайн арқылы да қол жеткізуге болады», – дейді М.В.Ломоносов атындағы Мәскеу МУ доценті М.М.Лукина өзінің Интернет ортада журналистік мәтіндердің трансформациясына арналған зерттеу жұмысында [5, 223 б.].

Қазақстанның ақпараттық кеңістігінде бұқаралық коммуникация құралдарының психологиялық әсері зерттелмеген тың тақырып. Билік пен қоғамның, азаматтардың арасындағы үшжақты ықпалдастық формаларын сараптау үшін де электронды БАҚ пен Интернеттегі жаңа медиалардың психологиялық шиеленісті (психологиялық релаксация) жұмсарту мүмкіндіктерін сараптап алған жөн.

Отандық телерадио арналарда релаксациялық мейнстрим соңғы жылдары анық байқалып келеді. Релаксациялық мейнстримге нені жатқызуға болады, оның сипаты қандай? Телеарналардың 60-70% эфирін толтыратын концерттік бағдарламалар, мағынасы мен көр-

кемдік талғамы төмен, арзан қалжыңға құрылған эзіл театрларының қойылымдары, ойын-сауық шоу бағдарламалар релаксациялық мейнстримнің нақты көріністері.

Ал, керісінше, үрей шақыратын, беймаза күйге түсіретін жаңалықтардың көлемі көп емес. Бұл, бір жағынан, позитивті ахуал. 2008 жылдан бері перманентті түрде жалғасып келетін экономикалық дағдарыс туралы бағдарламалардың көптігі байқалады. Қайткенде де, монетизация процесі отандық коммерциялық қана емес, мемлекеттік телерадио арналарға да ене бастады. Америкалық бұқаралық құралдарының табиғатын, олардың жарнамаға тәуелділігін зерттеген әлеуметтанушы Пол Лазарсфельд ХХ-ғасырдың 40-50 жылдары «коммерция бар жерде жарнама күшейетінін, адамдарды қорқытуға, зорлық-зомбылыққа құрылған фильмдер мен жобалар арқылы аудиторияның қызығушылығын қоздыруға болатынын» дәлелдеп кеткен [6, 120 б.].

Коммуникация құралдары әлеуметтік-психологиялық бағыттағы контенттің ерекшеліктерін дамылсыз қолдану арқылы қоғамды эстетикалық деңгейі төмен, үрей мен опасыздыққа толы жобаларды көруге мәжбүрлейді. Осылайша бұқаралық коммуникация өзінің тәрбие мен ағартушылық функциясынан ауытқи береді. Мемлекет пен қоғамның интеллектуалдық деңгейін төмендету арқылы азаматтарды оңай басқаруға болатынын қолында коммуникациялық ресурстары бар күштер жақсы біледі.

Әлемдегі барлық бұқаралық коммуникация құралдары жарнамаға тәуелді. Олардың өмір сүруі жарнамадан түсетін қаражаттың көлеміне байланысты. Коммуникация құралдары біреулер үшін табыс табудың көзі болса, енді біреулер коммуникациялық құралдар арқылы өзінің саяси, экономикалық әлеуетін күшейтуді ойлайды. Екі жағдайда да жарнаманың рөлі белсенді. Медиапсихологиялық тұрғыда жарнамаға қойылатын талаптар қатал болғанымен оның орындалуын қадағалау тетіктері тиімсіз.

Жарнаманың немесе жарнамалық ақпараттың мазмұнына қойылатын бірнеше талаптар бар. Олар мыналар: жарнама адамның жүріс-тұрысына, мінез-құлқына кері әсер етпеуі, адамның физиологиялық жағдайын төмендетпеуі тиіс; жарнама жасырын психо-технологияларды қолдану арқылы адамдарға моральдық тұрғыда қысым көрсетпеуі керек.

Жарнама арқылы қоғамда және жеке тұлғалардың бойында қалыптасқан адами қасиеттерді, моральдық құндылықтарды өзгертуге болады. Бұндай тәсілдердің бәріне тыйым салынғанымен заңдық тұрғыда, Интернет желісінде оны қадағалап, жазалап отырған ешқандай механизм түзілмеген. Ресейлік ғалым М.В. Жижина медианың мәдени-психологиялық аспектілерін зерттей келе, біздің пікірімізге ұқсас тұжырым жасайды: «жеке азаматтардың психикалық тепе-теңдігін бұзуға соқтыратын жарнамалық акцияларды дұрыс анықтап, оның зардаптарын қоғам мүшелеріне түсіндіретін эксперт-мамандар жетіспейді. Қазіргі журналист әріптестердің өзі ақпараттық немесе жарнамалық мәтіннің ішінен психотехнологиялық тәсілдерді анықтап, оның түпкі мақсатын анықтай алмайды» [7, 149 б.].

Қоғамды осындай зиянды ақпараттық өнімдермен жаппай қоршап, өрмекшінің торындай шырмап тастауға болады. Бұл жасалынып та жатыр. Соның салдарынын азаматтардың бойында айналасында болып жатқан саяси, әлеуметтік, экономикалық құбылыстарға деген апатия пайда болады. Өзінің құқығы үшін күресуден қорқып, қоғамдық белсенділіктен бас тартып, оның бос әурешілік екеніне сенімі күшейе береді. Бұның бәрі түптеп келгенде қоғамның екіжүзділігіне, сатқындығына соқтырады. Әсіресе, жастардың бетін қайтара берген сайын олар ата-анасының, айналасындағы саяси, экономикалық элитаның психо-портреттерін қайталап, қайсарлық пен жігерлері шағылып, «біздің қолымыздан не келеді, жалғыз маған ғана керек пе» деген ойдың шырмауында қалады. Бұл жалпы, мемлекеттің, ұлттың алға дамуына кедергі келтіретін үлкен қасірет.

**Қорытынды.** Адамның эмоциясы мен ойлары оның физиологиялық ахуалын реттейтін мықты құрал. Эмоция мен ойлардың сөнуді адамның өмір сүруге деген күштарлығын тежеп, толық деградацияға ұшыратады. Өз кезегінде бұл процестер метапатологияны өр-

шітуі мүмкін. Метапатология жеке тұлғаның рухани өрісінің тарылып, басқа арнаға өзгеруін, өмірге деген құштарлықтың азаюына алып келеді.

Жапондық әлеуметтанушы, постиндустриалды қоғам теориясының негізін қалаушылардың бірі Йошита Масуда «Ақпараттық қоғам – постиндустриалды қоғамның қанаттасы» атты еңбегінде «ақпараттық қоғамның дамуында метапатология құбылысы адамның рухани өміріндегі қайшылықтардың күшеюінен, оның идеалдары мен құндылықтарының фрустрациясынан туындайтынын» атап айтады [8, 261 б.].

Адамның өзінің қажеттіліктеріне жете алмай, қолда бар мүмкіндіктері ойлаған мақсатына жеткізе алмаған ауыр психологиялық жай-күйі, яғни, фрустрация қоғамның алға дамуына шектеу қойып, прогрессивтік күштердің ықпалын төмендетеді. Барлық қоғамдарда бұндай жағдайды болдырмаудың алғышарттары деп демократиялық қағидалардың басымдығы мен бұқаралық коммуникация құралдарының беделі мен оған деген сенімнің жоғары болуын атайды.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Palfrey John, Gasser Urs. Born Digital. Understanding the first generation of digital natives. - NY, 2008. – 153 с.
- 2 Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. / П. Винтерхофф - Москва: Изд-во гуманит. университет, 2009. – 249 с.
- 3 Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы / Е.Е. Пронина // Человек как субъект и объект медиапсихологии. - Москва, 2011. – 163 с.
- 4 Hoeken, H., & Fijkers, K. M.. Issue-relevant thinking and identification as mechanisms of narrative persuasion. Poetic, 44, 84–99.
- 5 Lukina M. Transformation of a Journalist Text under the Conditions of Internet Environment in World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. - 2009. – 325 с.
- 6 Lazarsfeld P. An episode in the history of social research // Perspectives in American history, 1990. – 168 с.
- 7 Жижина М.В. Медиакультура: культурно-психологические аспекты. / М.В. Жижина - Москва: Вузовская книга, 2009. – 201 с.
- 8 Y.Masuda. The Information Society as Post-Industrial Society. - Washington, 1983. – 295 с.

### У.М. Есенбекова

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

### Функции психологического регулирования медиа в новой эпохе

**Аннотация.** Современная личность отражает информацию, которую ее окружает. Мы можем создать психологический портрет, проанализировав используемые источники информации. Медиа можно использовать как инструмент изучения духовного и интеллектуального уровня, социальной мобильности, идеологических и политических взглядов человека.

Автор анализирует различные аспекты медиа-психологических методов и факторов в медиапространстве Казахстана. В статье отмечена важность медиапсихологического фактора в общественных СМК. Инновационные медиа понимают возможность использования психологических инструментов и методов для развития общества.

Для продвижения национальной идеи медиапсихологическими методами необходимо изучить и проанализировать его политические, технологические, психологические и лингвистические аспекты.

**Ключевые слова:** информационная зависимость, психологический портрет, медиа-экспертиза, медиатерапия, релаксация, метапатология, информационная и психологическая безопасность.

**U.M. Yessenbekova**

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

### **The functions of psychological impact and regulation of media in the new era**

**Abstract.** Modern personality reflects the information that surrounds it. We can create a psychological portrait by analyzing the sources of information. Media can be used as a tool to study the spiritual and intellectual level, social mobility, ideological and political views of a person.

The author analyzes various aspects of media-psychological methods and factors in the media space of Kazakhstan. The article highlighted the importance of the mediapsychological factor in domestic media. Innovative media understand the possibility of using psychological tools and methods for the development of society.

In order to promote a national idea with media-psychological methods, it is necessary to study and analyze its political, technological, psychological and linguistic aspects.

**Key words:** informational dependence, psychological portrait, media expertise, media therapy, relaxation, metapathology, informational and psychological security.

### **References**

- 1 Palfrey John, Gasser Urs. Born Digital. Understanding the first generation of digital natives. (NY, 2008. 153 p.)
- 2 Vinterhoff-Shpurk P. Mediapsihologiya: Osnovnyie printsipyi [Media psychology, Basic principles], (Publishing of humanity University, Moscow, 2009, 249 p.). [in Russian]
- 3 Pronina E.E. Kategorii mediapsihologii: faktyi, fenomenyi, fantomyi // Chelovek kak sub'ekt i ob'ekt mediapsihologii. [Categories of media psychology: facts, phenomena, phantoms // Man as a subject and object of media psychology]. (MGU, Moscow, 2011. 163 p.). [in Russian]
- 4 Hoeken H., & Fickers K.M. Issue-relevant thinking and identification as mechanisms of narrative persuasion. Poetic, 44. 84–99 pp.
- 5 Lukina M. Transformation of a Journalist Text under the Conditions of Internet Environment in World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies, 2009, 325 p.
- 6 Lazarsfeld P. An episode in the history of social research, Perspectives in American history, 1990, 168 p.
- 7 Zhizhina M.V. Mediakultura: kulturno-psihologieskie aspektyi [Media culture: cultural and psychological aspects], (Vuzovskaya kniga, Moscow, 2009, 201 p.). [in Russian]
- 8 Y.Masuda. The Information Society as Post-Industrial Society. Washington, 1983, 295 p.

### **Автор туралы мәліметтер:**

**Есенбекова Ұ.М.** – ф.ғ.к., қауымд. профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы профессоры м.а., Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

**Yessenbekova U.M.** - cand. sci (philology), associate professor, acting professor of the Teleradio and Public Relations Department at L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.