

П.К. Елубаева^{1*}, Ш. Т. Кудьярова¹, А.Х. Хамидова²

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

*e-mail perizat_fmo@mail.ru

МЕДИАМӘТІННІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ МЕН КОММУНИКАТИВТІК ҚҰРЫЛЫМЫ

Бұл мақалада медиамәтіннің теориялық негіздері мен коммуникативтік құрылымы тілдік білім беру контекстінде қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – медиамәтін ұғымын қазіргі ғылыми көзқарастар негізінде жүйелеу және оны тілдік білім беруде қолданудың әдіснамалық мүмкіндіктерін айқындау. Медиамәтін қазіргі медиамәдениет аясында қалыптасқан пәнаралық зерттеу нысаны ретінде қарастырылып, оның ұғымдық қырлары мен теориялық негіздері зерделенді, негізгі сипаттамалары анықталды. Зерттеу әдістері ретінде теориялық және салыстырмалы талдау, сипаттамалық әдіс пен әдіснамалық модельдеу қолданылды. Нәтижесінде медиамәтінді қабылдау мен түсінудің әлеуметтік-мәдени ерекшеліктері ашылып, оны тілдік білім беруде пайдаланудың шарттары айқындалды. Медиамәтін тек ақпарат жеткізуші құрал емес, сонымен қатар күрделі әлеуметтік-коммуникативтік феномен ретінде ұсынылады.

Талдау нәтижесінде медиамәтінді зерттеудің бес тәсілі жүйеленді: сыни дискурстық, когнитивтік, мәдениеттанулық, партисипаторлық және педагогикалық. Бұл тәсілдер мәтінді лингвистикалық, стилистикалық, нарративтік, семиотикалық, контекстуалдық және дискурсивтік әдістермен үйлестіре талдауға мүмкіндік беретіні көрсетілді. Сонымен қатар зерттеуде Солганиктің медиамәтін динамикасының үш деңгейі – ішкі мәтіндік, астарлы мәтіндік және гипермәтіндік – әдіснамалық бағдар ретінде қолданылды.

Зерттеу нәтижесінде медиамәтінді кешенді түрде сипаттауға арналған үлгі ұсынылды. Ол құрылымдық (жанрлық және тілдік ұйымдасу), прагматикалық (аудиторияға бағдарлану және әлеуметтік-реттеушілік қызмет) және мәдени (құндылықтар мен мәдени кодтардың репрезентациясы) өлшемдерді қамтиды. Ұсынылған үлгі болашақ эмпирикалық зерттеулер мен білім беру тәжірибесінде медиасауаттылықты дамытуға әдістемелік негіз бола алады.

Түйін сөздер: медиамәтін, прагматикалық сипат, құрылымдық сапа, мәдени құндылық, талдау тәсілдері мен әдістері, мәтін интерпретациясы.

P.K. Yelubayeva^{1*}, Sh. Kudyarova¹, A. Khamidova²

¹Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

²L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

*e-mail perizat_fmo@mail.ru

Theoretical Foundations and Communicative Structure of the Media Text

This article examines the theoretical foundations and communicative structure of media text within the context of language education. Media text is considered an interdisciplinary object of study that has emerged within contemporary media culture; its conceptual aspects and theoretical foundations are analyzed, and its key characteristics are identified. The study aims to systematize the concept of media text based on current scientific approaches and to determine the methodological possibilities of its application in language education. The research methods employed include theoretical analysis, comparative analysis, descriptive method, and methodological modeling. On this basis, the study identifies the socio-cultural features of media text perception and interpretation, as well as the conditions under which it is used in language education. Media text is regarded not only as a tool for information transmission but also as a complex socio-communicative phenomenon.

The analysis systematizes five major approaches to media text research: critical, cognitive, cultural, participatory, and pedagogical. These approaches are shown to correspond with the use of linguistic, stylistic, narrative, semiotic, contextual, and discursive methods of analysis. Furthermore, the study applies Solganik's concept of media text dynamics, which distinguishes three levels: intratextual, subtextual, and hypertextual.

To address this multidimensionality, the study proposes a comprehensive model for analyzing media texts, integrating three dimensions: structural (genre and linguistic organization), pragmatic (audience

orientation and social-regulative functions), and cultural (representation of values and cultural codes). The proposed model may serve as a methodological basis for future empirical studies and for advancing media literacy in educational practice.

Keywords: media text, pragmatic feature, structural quality, cultural value, approaches and methods of analysis, text interpretation.

П.К. Елубаева^{1*}, Ш.Т. Кудьярова¹, А.Х. Хамидова²

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

²Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

*e-mail: perizat_fmo@mail.ru

Теоретические основы и коммуникативная структура медиатекста

В данной статье рассматриваются теоретические основы и коммуникативная структура медиатекста в контексте языкового образования. Цель исследования – систематизировать понятие медиатекста на основе современных научных подходов и выявить методологические возможности его использования в языковом образовании. Медиатекст представлен как междисциплинарный объект исследования, сформировавшийся в рамках современной медиакультуры; проанализированы его концептуальные аспекты и теоретические основы, определены ключевые характеристики. В качестве методов исследования применялись теоретический анализ, сравнительный анализ, описательный метод и методологическое моделирование. На этой основе были выявлены социально-культурные особенности восприятия и понимания медиатекста, а также условия его применения в языковом образовании. Медиатекст трактуется не только как средство передачи информации, но и как сложный социально-коммуникативный феномен.

В результате проведенного анализа систематизированы пять основных подходов к исследованию медиатекста: критический, когнитивный, культурный, партисипаторный и педагогический. Показано, что данные подходы соотносятся с использованием лингвистического, стилистического, нарративного, семиотического, контекстуального и дискурсивного методов анализа. Кроме того, в исследовании учитывается концепция динамики медиатекста Сологаника, включающая три уровня: внутритекстовый, подтекстовый и гипертекстовый.

Для охвата указанной многомерности предложена комплексная модель анализа медиатекста, объединяющая три измерения: структурное (жанровая и языковая организация), прагматическое (ориентация на аудиторию и социально-регулятивные функции) и культурное (репрезентация ценностей и культурных кодов). Данная модель может служить методологической основой для будущих эмпирических исследований и развития медиаграмотности в образовательной практике.

Ключевые слова: медиатекст, прагматическая характеристика, структурное качество, культурная ценность, подходы и методы анализа, интерпретация текста.

Кіріспе

Цифрлық қоғам дәуірінің басталуы ақпарат тарату арналарының көбеюіне, медианарықтың дамуына, бұқаралық ақпарат құралдарының (БАҚ) қоғамдағы рөлінің артуына, сондай-ақ мәдени кодтардың өзгеруіне ықпал етіп, қоғам дамуының сапалық жаңа кезеңін айқындады. Бұл жағдай медиаментіндерді зерттеудің өзектілігін күшейтті (Хоббс, 2021).

Қазіргі ғылымда медиаментін әртүрлі көзқарас тұрғысынан қарастырылып, журналистика, медиалингвистика, коммуникация теориясы, әлеуметтану, мәдениеттану және басқа да ғылыми бағыттардың терминдері арқылы сипатталады.

Біздің зерттеуімізде медиаментін (ММ) тілдік білім беру үдерісінде медиасауаттылықты (МС) қалыптастырудың тиімді құралы ретінде қарас-

тырылады. Осыған байланысты ММ медиа мен тілдік педагогика тұрғысынан зерделеніп, оның теориялық және әдіснамалық қырлары талданады.

Осы тұрғыдан алғанда, мақалада мынадай зерттеу сұрағына жауап ізделеді: *тілдік білім беруде медиасауаттылықты қалыптастыру құралы ретінде медиаментінді қалай негіздеуге болады?*

Зерттеудің мақсаты – ММ ұғымын қазіргі ғылыми көзқарастар негізінде жүйелеу және оны тілдік білім беруде қолданудың әдіснамалық мүмкіндіктерін айқындау. Осы мақсатқа сәйкес мынадай міндеттер қойылды:

1) медиаментін ұғымының теориялық негіздерін талдау және оның негізгі сипаттарын қарастыру;

2) медиаментінді қабылдау мен түсінудің әлеуметтік-мәдени ерекшеліктерін сипаттау;

3) медиамәтінді тілдік білім беруде пайдалану шарттарын анықтау.

Журналистика теориясы мен тәжірибесінде жиі қолданылатын «медиамәтін» термині ғылыми әдебиетке 1990-жылдары енді. Бүгінде ол лингвистика мен педагогика ғылымдарының жаңа бағыттарындағы негізгі категорияға айналды (Есенова, 2017; Токсанбек, 2017). Бұл терминнің академиялық ортада тез әрі кең таралуы БАҚ-тың қоғам өміріндегі ықпалының артуымен, сондай-ақ зерттеушілердің жеке тұлға мен қоғам арасындағы бұқаралық коммуникация мәтіндері арқылы жүзеге асатын өзара әрекеттестікке, оның әлеуметтік, саяси, тұлғалық және басқа да қырларына деген қызығушылығының өсуімен байланысты.

Қазіргі кезеңде медиамәтін өзіндік ерекшеліктері бар мәтіндердің дербес түрі ретінде қарастырылып отыр. Аталмыш ұғымның тұжырымдамасын негіздеген зерттеушілер қатарында Т. ван Дейк, Н. Фэйрклау, Р. Фаулер, М. Фуко, Т.Г. Добросклонская, А.В. Федоров, Г.Я. Солганик және басқалар бар.

Медиамәтін нақты бұқаралық аудиторияға арналған және кез келген медиа түрі мен жанрында (газет мақаласы, телебағдарлама, бейнебаян, жарнама, фильм және т.б.) ұсынылатын медиаөнім ретінде сипатталады. ММ жасау барысында оның сипатын айқындайтын көркемдік құралдар мен тәсілдер жүйесінде медиатіл қолданылады (Masterman, 1985).

Лингвистер, философтар, әлеуметтанушылар мен мәдениеттанушылар медиамәтіннің әртүрлі саладағы қызмет ету заңдылықтарын түсіндіру үшін ғылыми күштерін біріктіруде. Өйткені медиамәтіндерді зерттеу – шындықтың БАҚ-та қалай құрылып, репрезентацияланатынын түсінудің негізгі жолы.

Материалдар мен әдістер

Зерттеу барысында негізгі материал ретінде медиамәтін теориясына арналған отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері пайдаланылды. Атап айтқанда, Д. Бекингем (Buckingham, 2003), Л. Мастерман (Masterman, 1985), Р. Хоббс (Hobbs, 2021), Дж. Поттер (Potter, 2010), Э. Томан мен Т. Джоллс (Thoman, Jolls, 2004), Дж. Шэр (Share, 2009), Г. Дженкинс (Jenkins, 2006), Л. Гуд (Goode, 2010) еңбектері медиабілім, медиасауаттылық және медиамәтінді оқыту мәселелерін қарастыруға негіз болды. Ал Т. ван Дейк (van Dijk, 1998), Н. Фэйрклау (Fairclough,

1995), Р. Фаулер (Fowler, 1991), М. Фуко (Foucault, 1972) сияқты зерттеушілердің еңбектері медиамәтінді дискурс, билік пен идеология тұрғысынан түсіндіруге мүмкіндік берді. Сонымен қатар, ресейлік ғалымдар Т.Г. Добросклонская (2008), Е.Л. Вартанова (2019), А.В. Федоров (2009, 2015), Г.Я. Солганик (2001) медиамәтіннің құрылымдық және лингвистикалық сипаттарын ашуға үлес қосты. Қазақ зерттеушілерінің ішінде Қ.Ө. Есенова (2017), Ә. Токсанбек (2017), М.О. Ақабаева (2022), С.С. Құнанбаева (2006) еңбектері медиамәтінді ұлттық мәдениет пен тілдік кеңістік контекстінде қарастыруға мүмкіндік берді.

Әдіснамалық тұрғыдан зерттеу теориялық шолу мен салыстырмалы талдауға негізделді. Ғалымдардың түрлі анықтамалары мен концепциялары қатар қарастырылып, олардың ұқсастықтары мен айырмашылықтары айқындалды. Сонымен қатар, дискурсивтік талдау медиамәтіндегі билік пен идеология тетіктерін ашуға, мәдениеттанулық тәсіл медиамәтінді құндылықтар мен мәдени кодтарды жеткізуші феномен ретінде сипаттауға, ал прагматикалық тұрғыдан медиамәтіннің адресатқа бағытталуы мен қарым-қатынас құралы ретіндегі қызметін түсіндіруге мүмкіндік берді.

Аталған әдістердің үйлесуі медиамәтіннің теориялық негіздерін және оның әлеуметтік-мәдени мәні бар коммуникативтік құрылым ретіндегі табиғатын кешенді түрде зерттеуге жол ашты.

Бұл зерттеуде әдебиеттерге шолу дәстүрлі библиографиялық тізбелеу ғана емес, концептуалдық салыстырмалы талдау ретінде ұйымдастырылды. Ғалымдардың анықтамалары мен тұжырымдамалары жүйеленіп, медиамәтінді түсіндірудің теориялық үлгілері айқындалды. Жоғарыда аталған әдістерді таңдауда қазіргі медиа-лингвистика мен тілдік білім беру дискурсына тән пәнаралық тәсілдер қолданылды: лингвистикалық, прагматикалық, мәдениетаралық және дискурсивтік бағыттар өзара тоғыстырылды.

Әдебиеттерге шолу

Медиасауаттылықты зерттеу саласында ММ ұғымы зерттеушілердің теориялық ұстанымдарына байланысты түрліше интерпретацияланады (Кесте 1). Дегенмен, жалпы алғанда, ММ құрылымдық тұрғыдан күрделі әрі контекстке тәуелді медиа-коммуникация бірлігі ретінде қарастырылады.

Сыни медиасауаттылықтың классикалық дәстүрінде Л. Мастермэн барлық ММ-дер белгілі бір мақсатта жасалып, оларды өндіруші құрылымдардың мүдделері мен идеологияларын бейнелейтін арнайы құрастырылған хабарламалар екенін атап көрсетеді. Ол «барлық медиа-хабарламалар арнайы құрастырылған» деген тұжырымға сүйене отырып, білім алушыларда бұл мәтіндерді сыни тұрғыдан оқу қабілетін дамыту қажеттігін негіздейді (Masterman, 1985: 47).

Р. Хоббстың (Hobbs, 2021) пікірінше, медиаментін – бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жасалып, таратылатын және талдауға, түсіндіруге, сондай-ақ қайта құруға болатын кез келген хабарлама. Ғалым медиаментінді жасаудағы өндірістік үдерістер мен аудиторияның белсенді қатысуына ерекше назар аударады. Бұл тәсіл медиасауаттылықты медиаментінді тек қабылдау нысаны ретінде ғана емес, оны бірлесіп өндіру, талдау және қайта құру үдерістеріне белсенді қатысу арқылы қалыптасатын құзыреттілік ретінде түсіндіреді. Мұндай көзқарас білім алушылардың ММ-мен саналы әрі сыни әрекеттесу қабілеттерін, мазмұнды интерпретациялау мен трансформациялау дағдыларын дамытуға бағытталған.

Д. Бекингем (Buckingham, 2003) ММ-ді мәдени өнім формасы ретінде қарастырып, оны жасау және тұтыну үдерістерін әлеуметтік тәжірибелер призмасы арқылы түсіндіру қажеттігін ұсынады. Зерттеуші білім алушылардың медиаконтентпен қарым-қатынасына жас ерекшеліктерінің, әлеуметтік және мәдени факторлардың ықпалын атап көрсетеді. Осылайша, Бекингем медиаментінді мәдени тәжірибе ретінде қарастыру арқылы медиабілім беру әдіснамасына мәдениеттанулық вектор қосты деп тұжырымдайды.

Когнитивтік тәсіл тұрғысынан Дж. Поттер (Potter, 2010) медиаментінді когнитивтік өндеудің әдіснамалық негізі ретінде сипаттайды. Оның пікірінше, ММ – аудиторияға ақпарат жеткізіп, әсер ету үшін ұйымдастырылған белгілер жиынтығы. Бұл тәсіл хабардарлық деңгейлері мен медианы қабылдау механизмдеріне назар аударып, медиа ықпалы мен когнитивтік реакциялардың қалыптасуын талдауға мүмкіндік береді.

Сандық мәдениет теориялары аясында медиаментінге қатысты жаңа көзқарастарды Г. Дженкинс (Jenkins, 2006) пен Л. Гуд (Goode, 2010) ұсынады. Олардың пайымдауынша, медиаөнім – бұл тек дайын контент қана емес, аудиторияны бір мезгілде әрі тұтынушы, әрі өн-

діруші ретінде қамтитын өзара әрекеттестіктің нәтижесі. Дженкинс автор мен тұтынушы арасындағы дәстүрлі шекаралардың жойылуын сипаттап, медиаментінді бірлескен шығармашылық пен өзара әрекеттестік нәтижесі ретінде түсіндіретін қатысымдық мәдениет тұжырымдамасын дамытады.

Осыған ұқсас көзқарасты Э. Томан мен Т. Жоллс (Thoman, Jolls, 2004) да ұстанады. Олар тілдік білім беру тәжірибесінде медиаментінді деконструкциялауға және білім алушылардың сыни ойлау қабілетін дамытуға көмектесетін бес сұрақ жүйесін (*кім, не, қалай, не үшін, кімге арналған*) пайдалануды ұсынады. Ал Дж. Шэр (Share, 2009) ұстазы П. Фрейренің идеяларына сүйене отырып, медиаментінді әлеуметтік трансформация құралы ретінде қарастырады. Оның пікірінше, медианы деконструкциялау мен реконструкциялау сын педагогикасының маңызды бөлігі болуы тиіс.

Ресейлік зерттеушілер де медиаментін ұғымын теориялық тұрғыда тереңдетіп түсіндіруге өз үлестерін қосуда. А.В. Федоров медиаментінді медиамәдениеттің ажырамас бөлігі ретінде қарастырып, оқушылар мен студенттерде медиаөнімнің құрылымын, жанрлық ерекшеліктерін және идеологиялық мазмұнын талдау арқылы сыни ойлау қабілетін қалыптастыру қажеттігін атап өтеді (Федоров, 2009). Е.Л. Вартанова медиаментінді медиакоммуникацияның кең контекстінде қарастырып, оны жаһандану, цифрландыру және аудитория трансформациясы үдерістерімен тығыз байланысты құбылыс ретінде сипаттайды (Вартанова, 2019).

Отандық ғалым С.С. Құнанбаева түрлі медиаресурстарынан алынған аутентік мәтінді мағыналық және мәдени интерпретация кеңістігі ретінде қарастырады. Ол мұндай мәтіндердің құндылық бағдарлар мен тілдік дүниетанымды қалыптастыруға ықпал ететінін көрсетеді (Құнанбаева, 2006).

Осылайша, қазіргі ғылыми әдебиеттерде медиаментін күрделі әрі көпқырлы феномен ретінде танылады. Ол бір мезгілде құрастырылған өнім (Masterman, 1985; Федоров, 2015), когнитивтік стимул (Potter, 2010), мәдени тәжірибе элементі (Buckingham, 1995; Құнанбаева, 2006), қатысу мен бірлескен шығармашылық алаңы (Hobbs, 2021; Jenkins, 2006), сондай-ақ сын педагогикасы мен әлеуметтік өзгерістер құралы (Share, 2009; Thoman, Jolls, 2004) болып сипатталады.

1-кесте – Медиамәтін анықтамасы мен негізгі идеясы

Автор	Медиамәтін анықтамасы	Негізгі идеялар
Лен Мастермэн (Len Masterman)	Белгілі бір мүдделер мен идеологияны бейнелейтін құрастырылған хабарлама.	Сын тұрғысынан қарау, билік пен идеологияға, аудиторияға назар аудару
Рене Хоббс (Renee Hobbs)	Медиа арқылы жеткізілетін және талдауға, түсіндіруге болатын кез келген хабарлама.	Медиамәтінді кеңінен түсіну, өндіру мен интерпретацияға назар
Дэвид Бекингем (David Buckingham)	Белгілі бір әлеуметтік контексте жасалған мәдени өнім формалары.	Сын тұрғысынан талдау мен мәдени тәжірибені біріктіру, тәжірибе мен жас ерекшелігіне мән беру
У. Джеймс Поттер (W. James Potter)	Ақпарат жеткізу және ықпал ету үшін жасалған ұйымдасқан белгілер	Когнитивті өңдеуге назар, хабардарлық деңгейі мен қабылдаудың автоматизмі
Элизабет Томан мен Тесса Джоллс (Elizabeth Thoman & Tessa Jolls)	Технология арқылы жасалып, таратылатын кез келген контент	Медиа білім берудің бес негізгі сұрағы: кім, не, қалай, не үшін, кімге арналған
Дж. Л. Шэр (J. L. Share)	Деконструкция мен реконструкцияға ашық артефакт	Радикалды сын педагогикасы, медианы әлеуметтік өзгерістер құралы ретінде қарастыру
Люк Гуд (Luke Goode)	Тек өнім ғана емес, сонымен қатар қолданушылар қатысатын үдеріс	Цифрлық мәдениетке назар, қатысу, продюсерлік және аудиторияны автор ретінде қарастыру
Генри Дженкинс (Henry Jenkins)	Автор мен тұтынушы арасындағы шекара жойылған конвергентті мәдениеттің бір бөлігі	Қатысушы мәдениет теориясы, медиасауаттылықты белсенді авторлық ретінде түсіну
А. В. Федоров	Медиамәдениеттің сын тұрғысынан талдауды қажет ететін элементі	Идеология, жанрлар, медиапедагогика
С.С. Кунанбаева	Мағыналық интерпретация кеңістігі	Құндылықтар, тіл, мәдени дүниетаным
Е. Л. Варганова	Жаһандық медиапроцестердің элементі ретіндегі мәтін	Конвергенция, цифрландыру, аудитория

Заманауи зерттеулердің басым бөлігі ММ-нің құрылу заңдылықтарын, оның ішкі тұрақты элементтері мен сыртқы (коммуникативтік) факторларының арақатынасын айқындауға бағытталған. А.В. Федоровтың пікірінше, қазіргі медиамәтіннің айрықша белгілеріне өндірістің корпоративтік сипаты, идеологиялық плюрализм, динамикалық құрылым, мәтін жасау құралдарының ерекшелігі, көпқырлылық пен көпөлшемділік, вербалды бірліктердің кеңейтілген түсіндірмесі, сондай-ақ гипермәтіндік ағынға ену жатады (Федоров, 2015).

Коммуникация теориясы өкілдері мәтінді коммуникативтік әрекет жүйесіндегі «мәдениеттің бір буыны» ретінде қарастырады. Т.Г. Добросклонскаяның пікірінше, «БАҚ тілі – қоғамның елеулі бөлігін біртұтас ақпараттық кеңістік арқылы қамтып, адамның ұлттық санасының ағыны ретінде көрініс табады» (Добросклонская, 2008: 59-61). Жаңалық, аналитикалық, жарнамалық және өзге де медиамәтіндер когнитивтік, әлеуметтік-мәдени, мәтінтанулық, тақырыптық тұрғыда, сондай-ақ таралу арна-

ларына байланысты талданады. Осы тұрғыдан медиамәтін медиялық және вербалды мәтіндердің үйлесімі ретінде түсіндіріледі. Онда тілдің күрделі табиғаты, автордың тілдік бейімі мен талғамы және бұқаралық медиа құралдарының мүдделері тоғысады (Potter, 2010).

Лингвистикалық зерттеулер медиамәтіннің функционалдық аспектісін оның сөйлеу әрекетінің өнімі ретінде және мазмұн мен форма арасындағы өзара әрекеттестіктің нәтижесі ретінде қарастырады (Thoman, Jolls, 2004). Бұл тұрғыда зерттеушілерді авторлық идеяның «материалдануы», яғни мәтінде көрініс табу жолдары қызықтырады. Сондай-ақ медиамәтіннің прагматикалық аспектісі оның коммуникативтік ниетін, бағытын және адресаттылығын талдауға бағытталған деп тұжырымдалады.

Көптеген зерттеулер медиамәтінді «Автор – Мәтін – Қабылдаушы» коммуникативтік актісі тұрғысынан сипаттайды. Зерттеушілердің пайымдауынша, медиамәтін – автор әрекетінің өнімі әрі қабылдаушының интерпретация нысаны. Сонымен қатар, қабылдау актісінде мәтіннің

мәні туындайды және ол тарихи, әлеуметтік-мәдени, тұлғалық контекстерге байланысты үнемі өзгеріп отырады (Masterman, 1985; Buckingham, 2003; Potter, 2010). Бұл көзқарас медиасауаттылықты тек ақпаратты қабылдау емес, оны түсіндіру, мән беру және қайта құру арқылы жүзеге асатын белсенді когнитивтік және мәдени әрекет ретінде қарастырады.

Осы тұрғыда мәтінге бағдарланған теориялар, яғни текстоцентризм бағыты ерекше назар аударады. Бұл тәсіл дискурстық тұлғаның және медиатіл тасымалдаушыларының мәтінді ұсыну әдістерін, сондай-ақ олардың аудиторияға ықпал ету тетіктерін қарастырады (Foucault, 1972; Fowler, 1991; Гончаренко, 2023). Мәтін арқылы тілдік тұлға аудиторияның құндылық бағдарлары мен дүниетанымына әсер етеді. Медиамәтінде ол белгілі бір әлеуметтік рөл атқарып, ұлттық-мәдени дәстүрлердің тасымалдаушысы ретінде көрінеді (Fowler, 1991).

Осыған байланысты Гончаренко «текстоцентризм» ұғымын мәтіннің медиалық қасиеттеріне бағдарлану ретінде түсіндіреді. Оның пікірінше, текстоцентризм – бұл әлемді сөз арқылы бақылауға ұмтылу, әртүрлі мәтіндерге – жарлықтардан, манифесттер мен рецензияларға, стенограммалар мен қызметтік нұсқаулықтарға дейін – шешуші мән беру. Автордың қорытындысы бойынша, текстоцентризм дегеніміз мәдени кеңістіктегі кез келген объектіге вербалды балама (сипаттама, түсіндірме, сценарий, транскрипция, конституция) жасауға деген мәжбүрлі ұмтылыс (Гончаренко, 2023).

Отандық зерттеулерде Сарбасова медиамәтінді ақпараттық-коммуникативтік үдеріс ретінде қарастырып, оның әлеуметтік-реттеушілік сипатқа ие екенін атап өтеді (Сарбасова, 2024). Бұл еңбекте медиамәтін автор әрекетінің өнімі әрі қабылдаушының интерпретация нысаны ретінде түсіндірілетіні көрсетілген. М.О. Ақбаеваның пайымдауынша, қазіргі медиамәтінде автор бейнесінің күшеюі немесе керісінше минималдануы (мысалы, жаңалық жанрларында) байқалады. Авторлықтың көрінісі имплициттік, грамматикалық, лексикалық, параграфемдік және прецеденттік құралдар арқылы жүзеге асады деп түсіндіріледі (Ақбаева, 2022).

Медиамәтіннің құрылымы мен қызметін нақтылауға бағытталған бұл көзқарастарды мәдениеттанулық және лингвистикалық тұғырлар

толықтырады. Мәдениеттанулық тұрғыда мәтін ұлттық құндылықтарды сақтау, тарату және трансформациялаудың әмбебап тәсілі ретінде түсіндіріледі. Ал лингвистикалық көзқарас бойынша медиамәтін медиакеңістіктегі кез келген коммуникациялық оқиға және белгілер мен мағыналар ағыны ретінде сипатталады (Есенова, 2017).

Медиамәтінде негізгі тұлға ретінде нарратор жиі көрінеді. Ол тек мәтінді құраушы ғана емес, сонымен қатар нарративтік элементтерді біріктіріп, субъективті құрылым жасайтын шығармашылық субъект болып табылады. Сондай-ақ медиамәтінде «идеалды» және «нақты» адресат категориялары қарастырылады. Нақты адресат материалға белсенді пікір білдіретін оқырман немесе көрермен ретінде айқындалады (Сарбасова, 2024).

Медиамәтінді толыққанды коммуникативтік бірлік ретінде сипаттау үшін оның мазмұндық және құрылымдық қасиеттерін ескеру қажет (Yelubayeva, Gabdullina, 2024). Медиамәтін прагматикалық, әлеуметтік-мәдени және контекстуалдық факторлармен тығыз байланыста қарастырылады. Оның құрылымдық сапаларына тұтастық, байланыстылық, қисындылық, дәлдік, түсініктілік және қолжетімділік жатады. Ал тональдық және әдеби сапаларына сөйлеудің дұрыстығы, тазалығы мен тіл мәдениеті кіреді. Бұл қасиеттер медиамәтіннің әдеби және ғылыми жағынан сапалылығын қамтамасыз етеді.

Нәтижелер мен талқылау

Қазіргі зерттеу кеңістігінде медиамәтін ұғымы бірнеше әдіснамалық парадигма аясында қарастырылады. Төмендегі кестеде отандық және шетелдік зерттеушілердің еңбектерін талдау негізінде айқындалған медиамәтінді талдаудың негізгі тәсілдері көрсетілген. Әрбір тәсіл өзіндік нысанымен ерекшеленеді: идеологиялық құрылымдарды зерттеуден бастап қабылдаудың когнитивтік механизмдеріне, мәдени тәжірибелер мен аудиторияның цифрлық қатысуына дейін (2-кесте).

Әдебиеттерді талдау нәтижесінде біз осы тәсілдерді жинақтап, медиамәтінді кешенді түрде қарастыруға мүмкіндік беретін үш негізгі өлшемді айқындадық: құрылымдық, прагматикалық және мәдени (1-сурет).



1-сурет – Медиаментінді кешенді талдау үлгісі

Зерттеу аясында біз Солганиктың тұжырымдамасына сүйене отырып, құрылымдық өлшемді ММ-нің ішкі ұйымдасуы, жанрлық-композициялық құрылымы мен тілдік ерекшеліктерін қамтитын өлшем ретінде қарастырамыз. Бұл өлшем медиаментіннің жанрлық және тілдік ұйымдасуын сипаттауға негізделеді.

Прагматикалық өлшемді Т. ван Дейк медиа-дискурстағы менталды модельдер мен аудиторияға ықпал ету механизмдерінің көрсеткіштері ретінде түсіндіреді. Осы ойды А.В. Федоров кеңейтіп, ММ-ді «шындықты бейнелеудің және индивидтің әлемдік бейнесін қалыптастырудың құралы» деп сипаттайды (Федоров, 2015: 37).

Сондықтан прагматикалық өлшемді аудиторияның бағдарын, әлеуметтік-реттеушілік қызметін және бұқаралық ақпарат құралдарының ықпал ету тетіктерін айқындайтын өлшем деп танымыз. Ол мәтіннің нақты мақсатқа, адресатқа және қоғамдық әсерге бағытталуымен ерекшеленеді.

Мәдени өлшемді Д. Бекингем медиабілім беруде мәдени контекст пен құндылықтар трансляциясымен байланыстырады, ал Г. Дженкинс медиаментінді конвергенттік мәдениеттің құрамдас бөлігі ретінде қарастырады. Қ.Ө. Есенова болса, медиаментінді мәдениетаралық репрезентация тұрғысынан талдауға шақырады.

Осы негізде мәдени өлшемді медиаментінде ұлттық құндылықтардың, мәдени кодтардың және әлеуметтік тәжірибелердің репрезентациялануын сипаттайтын өлшем деп тануға болады. Бұл өлшем мәтінді әлеуметтік-мәдени феномен ретінде түсіндіруге мүмкіндік береді.

Құрылымдық, прагматикалық және мәдени өлшемдердің тоғысуы медиаментінді тек тілдік құрылым ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік-мәдени маңызы бар күрделі коммуникативтік феномен ретінде кешенді қарастыруға жол ашады.

Зерттеу аясында осы үш өлшемге қатысты көрсеткіштер алдағы эмпирикалық жұмыстарда медиасауаттылықты дамыту тұрғысынан нақты талданатын болады.

2-кесте – Медиаментінді талдау тәсілдері мен әдістері

Тәсілдер/ Авторлар	Әдістер	Сипаттама
Сыни дискурс талдау (Фэйрклау, ван Дейк, Фаулер)	Дискурсивті, контекстуалды	БАҚ-тағы билік, идеология, әлеуметтік қатынастарды ашу және манипуляцияны талдау
Когнитивті (Поттер, Хоббс)	Лингвистикалық, нарративтік	Тілдік құрылымдар мен оқиға баяндау формаларын талдау арқыла қабылдаушы мәтінді қалай түсінеді, қандай когнитивтік модельдер құрайтынын анықтау
Мәдениеттанулық (Бекингем, Дженкинс, Гуд, Кунанбаева)	Семиотикалық, нарративтік	Мәдени кодтар мен құндылықтар белгілер жүйесі мен оқиғалық баяндау арқылы мәтінді мәдени тәжірибе мен тұлғалық сәйкестік бөлігі ретінде қарастыру
Партиципаторлық (Федоров, Добросконская)	Лингвистикалық, стилистикалық, контекстуалдық	Мәтінді адресатқа бағытталуы мен ықпал етуін сөйлем құралуы, стильдік ерекшеліктері және әлеуметтік контекст арқылы талдау және бірлескен авторлық кеңістік ретінде қарастыру
Әлеуметтік-регулятивтік (Мастерман, Шэр, Федоров)	Барлық әдістерді кешенді қолдану	Тілдік білім беру үдерісінде медиаментінді қолдану мен талдаудың барлық деңгейлерінде (ішкі мәтіндік, астарлы мәтіндік және гипермәтіндік (Солганик) аталған тәсілдерді кешенді қолдану

2-кестеде БАҚ мәтіндерін талдауда басым болатын негізгі тәсілдер жүйеленген. Бұл тәсілдер әдебиеттерге шолу нәтижесінде айқындалды және зерттеудің теориялық-әдістемелік негізін құрайды.

Біріншіден, сыни дискурстық талдау медиаментінде көрінетін билік пен идеология тетіктерін зерттеуге бағытталған (Фэйрклау, ван Дейк, Фаулер).

Екіншіден, когнитивтік тәсіл оқырманның медиаментіндерді қабылдау және интерпретациялау ерекшеліктерін айқындауға мүмкіндік береді (Поттер, Хоббс).

Үшіншіден, мәдени көзқарас медиаментіндерді мәдени кодтар мен құндылықтарды беру құралы ретінде түсіндіруге негізделген (Бекин-гем, Дженкинс, Гуд).

Төртіншіден, партисипаторлық талдау медиаментіндердің мақсатты бағдарын, ықпал ету механизмдерін және коммуникативтік қызметін анықтауға көмектеседі (Федоров, Добросклонская).

Бесіншіден, білім беру тұрғысынан медиаментіндер олардың әлеуметтік-реттеушілік мүмкіндіктерін ашуға ықпал етеді (Мастерман, Шэр, Федоров).

Медиаментіндердің әсер ету технологияларын зерттеу барысында түрлі талдау әдістері қолданылады: лингвистикалық, стилистикалық, нарративтік, семиотикалық, контекстуалдық және дискурсивтік. Сыни дискурстық талдау зерттеушілерге массмедиадағы нормаларды, рұқсат етілетін немесе шектелетін бейнелерді, репрезентациялар иерархиясын және тәжірибені легитимациялау механизмдерін сипаттауға мүмкіндік береді (van Dijk, 1998; Fairclough, 1995; Fowler, 1991).

Ван Дейктің пікірінше, дискурс құрастыру барысында сөйлеуші өзінің жеке білімін және қарастырылып отырған мәселеге қатысты субъективті көзқарасын қамтитын менталды модельдерге сүйенеді. Ол контекстік модельдердің саяси дискурс үшін айрықша маңызды екенін атап көрсетіп, бұл тұжырымын парламентте сөз сөйлеген саясаткерлердің баяндамаларын талдау арқылы негіздейді.

Н. Фэйрклау медиаментіннің құрылымы әлеуметтік-саяси контекстпен тығыз байланысты екенін атап көрсетіп, тілдің билік, идеология және әлеуметтік қатынастарды айқындаудағы рөлін ашады. Ол медиаментінді талдауда сыни дискурстық талдаудың әдіснамалық негіздерін ұсынады.

Постмодернистік мәдениеттанулық көзқараста медиаментінді тіл арқылы жаңа шындық жасайтын құбылыс ретінде қарастырады. Бұл тұрғыда медиаментін репрезентациядан гөрі шындықтың моделін құрады, ал инфотейнмент (ақпарат + ойын-сауық) оның ұсынылу формасына айналады. Медиаментіндердің мазмұны олардың рухани мәнін де, проблемалық тұстарын да ашады: кейбір мәтіндер ұлттық құндылықтарды жинақтап көрсете алса, басқалары агрессияны, гендерлік теңсіздікті немесе тұтынушылықты дәріптеуімен сынға алынады. Қазіргі медиамәдениеттің маңызды бағыттарының бірі – интернет-коммуникацияға қатысты гиперментіндік, конвергенттік және интерактивті медиатүрлерді зерттеу.

Осы талдау тәсілдерінің ішінде лингвистикалық көзқарас медиаментіннің тілдік ерекшеліктерін терең зерделеуге мүмкіндік береді. Медиаментіннің ең айқын белгілерінің бірі – оның тілдік құрылымы. Зерттеушілердің пікірінше, БАҚ тілі «ұлттық тілді белгілі бір дәрежеде модельдейтін функционалды-стильдік құрылым» болып табылады (Солганик, 2001: 10). Ол қоғамға саясатты, идеологияны, ғылымды, өнерді, әдебиетті, халықтың құндылықтары мен сенімдерін таныстырады. Сондықтан қазіргі медиаментіндердің тілі жүйеленген тұтастық ретінде сипатталып, герменевтика, психолингвистика, прагматика және басқа да ғылымдар тұрғысынан зерттеледі.

Г.Я. Солганиктің пікірінше, медиаментіннің тілдік ерекшелігі ең алдымен оның партисипаторлық сипатына, яғни көпшілік аудиторияға бағытталуына байланысты. Бұл қасиет медиаментіннің келесі тілдік сипаттарын айқындайды:

- тілдік нормалардың ортақтылығы, сирек, ерекше немесе мамандандырылған қолданыстардан (архаизмдер, варваризмдер және т.б.) бас тарту;
- медиаментін авторының ерекше типі (өндіруші мен сөйлеушінің бір адам болуы), бұл шынайылықты, құжаттылықты, эмоциялылық пен әсерлілікті тудырады;
- мәтіндік модальдіктің ерекше түрі – субъективті-объективті шындыққа қатынас, авторлық пікір мен сезімдердің ашық берілуі;
- публицистикалық кеңістік құру, яғни әлеуметтік, саяси, идеологиялық, дүниетанымдық идеялар тоғысатын алаң (Солганик, 2001: 17–18).

Аталған сипаттар медиаментіннің жанрына, мазмұнына және тақырыбына қарамастан ортақ болып табылады. Алайда қазіргі медиамәдениеттің алуан түрлілігі мен медиаментіндердің

жанрлық ерекшеліктері бұл сипаттамалардың жеткіліксіз екенін көрсетеді. Сондықтан көптеген зерттеушілер нақты медиажанрлардың тілін – газет, жарнама немесе саяси дискурсты – арнайы зерделеуге көңіл бөледі.

Медиамәтіндердің лингвистикалық сипаттамасы жалпы да, нақты да үздіксіз даму үстінде. Бұл, ең алдымен, ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуы мен медианың конвергенттік кеңістікте өзара ықпалдасуымен байланысты. Мұндай үрдістер әсіресе интернеттегі желілік медиамагистіндердің тілін талдауда айқын байқалады (Добросклонская, 2008).

Қазіргі медиамагистіннің тағы бір ерекшелігі – оның динамикалық табиғаты. Бұл автор мен аудитория арасындағы тұрақты кері байланыспен, мәтіннің аяқталмаған әрі үдерістік сипатымен түсіндіріледі. Солганик (2001) медиамагистіннің динамикасын үш деңгейде қарастыруды ұсынады: ішкі мәтіндік, астарлы мәтіндік және гипермагистіндік.

Ішкі мәтіндік деңгей медиамагистінде шынайы әрекеттердің уақыт пен кеңістікте өрбуін тілдік құралдар арқылы бейнелеу ерекшеліктерін талдаумен сипатталады.

Астарлы мәтіндік деңгей автор мен оқырман (көрсермен, қолданушы) арасындағы коммуникацияның ерекше түрін қамтиды. Бұл деңгейде интерактивтілік шешуші рөл атқарады (мысалы, оқырман хаттары, тікелей эфирге қатысу, реали-ти-шоулардағы белсенділік).

Гипермагистіндік деңгей медиамагистіннің аяқталмаған сипатын және оның жалпы ақпарат ағынымен байланысын сипаттайды. Бұл деңгейде медиамагистін жаһандық коммуникациялық үдерістің бір бөлігі ретінде қарастырылып, көпөлшемділігімен және өзге мәтіндермен үздіксіз байланыста өмір сүруімен ерекшеленеді.

Осылайша, медиамагистін мультимагистін ретінде анықталады. Яғни ол автор мен аудиторияның көпәспектiлi өзара әрекетiне негiзделген әрi медиакеңістіктегі өзге медиамагистіндермен тығыз байланыста болатын күрделі коммуникативтік феномен болып табылады (2-сурет).

Бұл зерттеуде бiз Солганик (2001) ұсынған медиамагистінді динамикалық үш деңгейде қарастыру қағидасын басшылыққа аламыз. Себебі бұл үлгі ММ-ді құрылымдық ұйымдасуы, прагматикалық әсер ету тетіктері және мәдени-контекстуалдық байланыстары тұрғысынан кешенді сипаттауға мүмкіндік береді.



2-сурет – Солганик бойынша медиамагистін динамикасының үш деңгейі

Жоғарыда аталған және өзге де сипаттар медиамагистіннің әлеуметтік-реттеушілік табиғатымен тікелей байланысты. А.В. Федоровтың пайымдауынша, қазіргі ақпараттық қоғамда медиамагистін – «шындықты түсіндіру мен бейнелеудің ерекше құралы, ол индивидтің әлем бейнесін қалыптастыруға ықпал етеді және медианың қоғамдағы әлеуметтік үдерістерге әсер етуін қамтамасыз етеді» (Федоров, 2009: 121).

Медиамагистіннің әлеуметтік-реттеушілік табиғаты оның келесі ерекшеліктерінен көрінеді:

- 1) прагматикалық бағыттылығы – нақты мақсат пен мақсатты аудиторияға бағдарлануы;
- 2) верификация мүмкіндігінің шектеулілігі – медиамагистіндегі оқиғалар мен құбылыстарды аудитория тікелей тексере алмайды;
- 3) когнитивтік ықпалы – медиамагистін тұлғаның ішкі әлем бейнесін өзгертеді және трансформациялайды, бұл көбіне авторлық ұстаным, идеология немесе мәдени контекспен байланысты болады.

Осыған орай, бұл зерттеуде медиамагистін медиамагистіндіктің өнімі ретінде қарастырылады және келесі сипаттамаларымен ерекшеленеді:

- тілдік құрылымының көпшілікке бағытталуы;
- динамикалық сипаты және аудиториямен әрекеттесуінің үдерістілігі;
- прагматикалық бағдар мен мультимагистіндік ерекшелік;

- көпқырлылық, көпөлшемділік, гетерогендік және тұтастық, әсіресе конвергенция мен ақпараттық технологиялардың дамуы аясында;

- әлеуметтік-реттеушілік табиғаты және мазмұнды верификациялау мүмкіндігінің шектеулілігі.

Бұл сипаттамалар өзара тығыз байланысты. Мысалы, медиаментіннің әлеуметтік-реттеушілік қызметі оның көпқырлы мазмұны, тілдік ерекшеліктері, динамикалық сипаты және ақпараттық кеңістікпен байланысы арқылы жүзеге асады. Осы белгілердің жиынтығы медиаментінді «жаңа коммуникациялық өнім» ретінде және медиасауаттылықты қалыптастырудың негізгі құралы ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Сонымен, медиаментіннің құрылымы мен қызмет етуінің түрлі аспектілерін ғылыми тұрғыда сәйкестендіру, жіктеу және сипаттау бағытындағы әдістемелік ізденістер айтарлықтай нәтижелі. Дегенмен массмедиялық мәтіндерді біртұтас әрі толыққанды теория аясында түсіндіру әлі де ерте.

Қорытынды

Мақалада медиаментіннің теориялық негіздері мен коммуникативтік құрылымының ерекшеліктері жүйелі түрде қарастырылды. Медиаментін қазіргі медиамәдениеттің бірегей өнімі ретінде құрылымдық, прагматикалық және мәдени тұрғыдан сипатталып, оны көпаспектілі зерттеу нысаны ретінде ұсыну қажеттілігі негізделді. Авторлар медиаментіннің мағыналық құрылымын анықтайтын негізгі белгілер – нарративтік құрылым, автор бейнесі, адресаттық ерекшеліктер және динамикалық табиғат екенін көрсетті.

Жүргізілген теориялық шолу нәтижесінде медиаментінді құрылымдық, прагматикалық және мәдени өлшемдер тұрғысынан кешенді талдау үлгісі ұсынылды. Бұл өлшемдерге қатысты көрсеткіштер алдағы эмпирикалық зерттеулерде медиасауаттылықты дамыту тұрғысынан нақты қарастырылатын болады.

Сонымен қатар зерттеуде медиаментінді талдаудың негізгі тәсілдері айқындалды: сыни дискурстық талдау, когнитивтік, мәдениеттанулық, партисипаторлық және педагогикалық. Бұл тәсілдер мәтінді лингвистикалық, стилистикалық, нарративтік, семиотикалық, контекстуалдық және дискурсивтік талдау әдістерімен үйлестірілді. Солганиктің (2001) медиаментінді талдау динамикасының үш деңгейі – *ішкі мәтіндік, астарлы мәтіндік және гипермәтіндік* – әдіснамалық бағдар ретінде пайдаланылды.

Мәтіннің құрылымдық сапалары, прагматикалық сипаттары мен мәдени ерекшеліктері – оның тұтастығы, қисындылығы, дәлдігі, тілдік қолжетімділігі мен эмоционалдық әсері – медиаментінді қазіргі коммуникациялық кеңістіктегі маңызды феноменге айналдырады. Зерттеу нәтижелері медиаментінді тек тілдік құрылым ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік-мәдени мәні бар қатынас құралы ретінде ұғынудың өзектілігін көрсетті.

Мақала ҚР ҒЖБМ Ғылым комитеті тарапынан қаржыландыратын АР19680048 «Қазақстан жастардың әлеуметтенуі мен мәдениетаралық қатысымының негізгі факторы ретінде медиа сауаттылығын қалыптастыру мақсатында тілдік және медиа білім беруді интеграциялау әдістемесі» ғылыми жобасы аясында әзірленді.

References

- Buckingham, D. (2003). Media education: Literacy, learning and contemporary culture. Cambridge. Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). Critical discourse analysis: The critical study of language. London. Longman.
- Foucault, M. (1972). The archaeology of knowledge. London: Routledge.
- Fowler, R. (1991). Language in the news: Discourse and ideology in the press. London. Routledge.
- Goode, L. (2010). Cultural citizenship online: The Internet and digital culture. *Citizenship Studies*, Vol. 14(5), P. 527-542. <https://doi.org/10.1080/13621025.2010.506707>
- Hobbs, R. (2021). Hope matters: How an online learning community advanced emotional self-awareness and caring during the COVID-19 pandemic. *Journal of Media Literacy Education*, Vol. 13(3), P. 123-132. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2021-13-3-10>
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York. New York University Press.
- Masterman, L. (1985). Teaching the media. London. Routledge.
- Potter, W.J. (2010). Media literacy (6th ed.). Thousand Oaks, CA. Sage Publications.
- Share, J. (2009). Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media. New York. Peter Lang.
- Thoman, E., Jolls, T. (2004). Literacy for the 21st century: An overview and orientation guide to media literacy education. Malibu, CA. Center for Media Literacy Press.
- van Dijk, T.A. (1998). Ideology: A multidisciplinary approach. London: Sage Publications.

- Yelubayeva, P., Gabdullina, Z. (2024). Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age: A Question of Democracy by Ulla Carlsson. *International Journal of Media and Information Literacy*, Vol. 9(2), P. 491-495.
- Akabayeva, M.O. (2022). Mediamatin – alemin mediabeynesin zhasaushy negizgi faktor [Media text as a key factor shaping the media image of the world]. *Bulletin of Abilay Khan KUIRWL. Philology series*, Vol. 4(67), pp. 8-16. (In Kazakh).
- Vartanova, E.L. (2019). *Teoriya media: otechestvennyi diskurs* [Media theory: Domestic discourse]. Moscow. Moscow University Press. (In Russian).
- Goncharenko, A. (2023). *Tekstotsentrizm v kinokritike predvoennogo SSSR (Seriya “Kinoteksty”)* [Text-centrism in film criticism of pre-war USSR (Series “Film texts”)]. Moscow. Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).
- Dobrosklonskaya, T.G. (2008). *Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniyu yazyka SMI* [Medialinguistics: A systemic approach to the study of media language]. Moscow. Flinta, Nauka. (In Russian).
- Yessenova, K.O. (2017). *Äleumettik-semantikalyq kontseptin media keñistiktegi reprezenttelui* [Representation of the socio-semantic concept in media space. *Eurasian Journal of Philology Science and Education*, Vol. 3, pp. 167-174. (In Kazakh).
- Kunanbayeva, S.S. (2006). *Kontseptsiya razvitiya inoyazychnogo obrazovaniya Respubliki Kazakhstan* [The concept of foreign language education development in the Republic of Kazakhstan]. Almaty. [Electronic esource]. URL: <https://gigabaza.ru/doc/62326.html> (Date of use: 21.01.2025) (In Russian).
- Sarbassova, A.N. (2024). *ZhOO studentterine mediamätindi shygarmashylyq-izdenis tekhnologiyasy men oqytu “Iskerlik qazaq tili” pñni boiynsha* [Teaching media text to university students through creative-research technology in “Business Kazakh language”]. Almaty. [Electronic esource]. URL: https://www.kaznpu.kz/docs/docs/31012024_dis.pdf?utm_source=chatgpt.com (Date of use: 21.01.2025). (In Kazakh).
- Solganik, G.Ya. (2001). *Stilistika teksta: Uchebnoe posobie* [Text stylistics: Textbook] (16th ed.). Moscow. Flinta. Nauka. (In Russian).
- Toksanbek, A. (2017). *Aqparattyq Kazakhstan: zhana medianyn damuy* [Informational Kazakhstan: Development of new media]. [Electronic esource]. URL: https://el.kz/akparattik_kazakhstan_zhana_medianin_damui_25336/ (Date of use: 17.02.2025). (In Kazakh).
- Fedorov, A.V. (2015). *Mediaobrazovanie: istoriya i teoriya* [Media education: History and theory]. Moscow. MOO “Informatsiya dlya vseh”. (In Russian).
- Fedorov, A.V. (2009). *Mediaobrazovanie i mediakompetentnost’: teoreticheskie osnovy* [Media education and media competence: Theoretical foundations]. Taganrog. TTI YuFU, RGEU Press. (In Russian).

Авторлар туралы мәлімет:

Елубаева Перизат Келдібайқызы – педагогика ғылымдарының кандидаты, түркология және тіл теориясы кафедрасының қауымдастырылған профессоры, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті (Қазақстан, Алматы қ., e-mail: perizat_fm@mail.ru);

Құдыярова Шолпан Таубайқызы – PhD, доцент м.а., Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті (Қазақстан, Алматы қ., e-mail: kudyarova.72@mail.ru);

Хамидова Азима Хуснидинқызы – филология ғылымдарының кандидаты, орыс филологиясы кафедрасының доцент міндетін атқарушы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті (Қазақстан, Астана қ., e-mail: azima691@mail.ru).

Information about authors:

Yelubayeva Perizat – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Department of Turkology and Language Theory, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan, Almaty, e-mail: perizat_fm@mail.ru);

Kudyarova Sholpan – PhD, Acting Associate Professor, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan, Almaty, e-mail: kudyarova.72@mail.ru);

Khamidova Azima – Candidate of Philological Sciences, Acting Associate Professor at the Department of Russian Philology, L.N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan, Astana, e-mail: azima691@mail.ru).

Сведения об авторах:

Елубаева Перизат Келдибаевна – кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор кафедры түркологии и теории языка, КазНУ им. аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: perizat_fm@mail.ru);

Құдыярова Шолпан Таубаевна – PhD, и. о. доцента, КазНУ им. аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: kudyarova.72@mail.ru);

Хамидова Азима Хуснидиновна – кандидат филологических наук, и. о. доцента кафедры русской филологии, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева (Астана, Казахстан, e-mail: azima691@mail.ru).

Келіп түсті: 24 тамыз 2025 жыл
Қабылданды: 22 қыркүйек 2025 жыл