

У.М. Есенбекова^{1*}, Б. Кутым²

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Нур-Султан

²Назарбаев университет, Казахстан, г. Нур-Султан,

*e-mail: ultmudde@mail.ru

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК ВАЖНЫЙ КОМПОНЕНТ МАСС-МЕДИА: ИНФОКОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

В статье рассматриваются место и роль телевидения в формировании культуры информационного общества, изучены особенности телевидения как важного компонента масс-медиа. Авторы уделяют особое внимание вопросам взаимосвязи инфокоммуникативного уровня государства и успешной реализации коммуникативных и просветительских функций телевидения.

Целью научной статьи является анализ важных современных функций телевидения, изучение процессов его трансформации под влиянием современных технологий, прогноз сохранения информационного потенциала. Изучена методологическая основа измерения информационного воздействия телевидения на общество.

Научная и практическая ценность исследования заключается в определении характера взаимосвязи между растущим значением телевизионного вещания и потребностями аудитории. 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.

Основные результаты исследования. В статье авторы анализируют коммуникативные и просветительские функции телевидения, выявляют особенности современных инфокоммуникационных технологий, влияющих на формирование казахстанской информационной культуры. Авторы утверждают важность культууроформирующей функции телевидения, при этом особо выделяя его просветительские особенности и основные принципы его деятельности.

Утверждения авторов о том, что для эффективного использования просветительских функций телевидения и преимуществ новых коммуникационных технологий необходим высокий уровень информационной культуры общества и наличие современной инфокоммуникационной инфраструктуры, можно назвать ценным заключением работы.

В данной работе изучены проблемы функционирования казахстанского телевидения в условиях нового законодательства, регулирующего информационную политику государства с учетом культууроформирующих, информационных и просветительских свойств современного телевидения. Эти рекомендации могут быть использованы отечественными телеканалами для повышения своего потенциала в новую эпоху и усиления влияния в системе отношений общество-государство.

Ключевые слова: информационное общество, коммуникативная инфраструктура, телевидение, культурно-образовательные функции, культура информационного общества, информационная политика, правовые основы.

U.M. Yessenbekova^{1*}, Kutym Begim²

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Nur-Sultan

²Nazarbayev University, Kazakhstan, Nur-Sultan,

*e-mail: ultmudde@mail.ru

Television as an important component of the media: information and communication potential

The article discusses the place and role of television in shaping the culture of the information society, explores the features of television as an important component of the media. The authors pay special attention to the relationship between the state's info-communicative level and the successful implementation of the communicative and educational functions of television.

The purpose of the scientific article is to analyze the important modern functions of television, to study the processes of its transformation under the influence of modern technologies, and to forecast the preservation of information potential. The methodological basis of measuring the information impact of television on society is studied.

The scientific and practical value of the study lies in determining the nature of the relationship between the growing importance of television broadcasting and the needs of the audience. Humanity is getting used to living in an information society. As you know, in the documents of the World Summit, where the issues of the information society were discussed, new requirements for the means of mass communication were formulated. Including television, as the most popular media institute.

The main results of the study. In the article, the authors analyze the communicative and enlightening functions of television, identify the features of modern information and communication technologies that affect the formation of Kazakhstan's information culture. The authors argue the importance of the cultural-forming function of television, while highlighting its educational features and gives the basic principles of its activities.

The authors' claims that the effective use of the educational functions of television and the benefits of new communication technologies require a high level of information culture of the society and the availability of modern information and communication infrastructure can be called a valuable conclusion to the work.

In this paper, we study the problems of the functioning of Kazakhstani television in the context of the new legislation regulating the information policy of the state, taking into account the culture-forming, informational and educational properties of modern television. These recommendations can be used by domestic television channels to increase their potential in the new era and strengthen their influence in the system of relations between society and the state.

Key words: information society, communication infrastructure, television, cultural and educational functions, information society culture, information policy, legal framework.

Ұ.М. Есенбекова^{1*}, Б. Құтым²

¹А.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ.,

²Назарбаев университеті, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ.,

*e-mail: ultmudde@mail.ru

Телевизия бұқаралық ақпарат құралдарының маңызды құрамдас бөлігі ретінде: ақпараттық-коммуникативті әлеует

Мақалада ақпараттық қоғам мәдениетін қалыптастырудағы телевизияның орны мен рөлі қаралған, телевизияның БАҚ-тың маңызды құрамдас бөлігі ретіндегі ерекшеліктері талданған. Авторлар мемлекеттің ақпараттық-коммуникативтік деңгейі мен телевизияның коммуникативті және білім беру функцияларын сәтті жүзеге асырудың арасындағы байланысқа ерекше назар аударады.

Ғылыми мақаланың мақсаты – орасан зор әлеуеті бар телевизияның қазіргі әлемдегі маңызды мәртебесін, жаңа заманға бейімделу үрдістерін талдау болды. Қоғамдағы телевизияның ақпараттық әлеуетін өлшеудің методологиялық негіздері зерттелді.

Зерттеу жұмысының ғылыми және практикалық құндылығы ретінде телеарналар арқылы таралатын хабарлардың маңызының өсуі мен аудиторияның сұранысы арасында байланыстың табиғатын анықтауды атауға болады. Адамзат ақпараттық қоғамда өмір сүруге дағдылануда. Ақпараттық қоғам мәселелері бүкіләлемдік саммиттерде жиі талқыланатыны белгілі, олардың құжаттарында бұқаралық коммуникация құралдарына жаңа талаптар тұжырымдалған. Оның ішінде ең танымал медиа институт – телевизияға қойылатын ережелер бар.

Ғылыми мақаланың нәтижесі. Мақалада авторлар телевизияның коммуникативті және ағартушылық функцияларын талдап, қазіргі ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың қазақстандық ақпараттық мәдениеттің қалыптасуына әсер ететін ерекшеліктерін ашты. Авторлар телевизияның мәдени-қалыптастырушылық функциясының маңыздылығын қуаттай отырып, оның ағартушылық және білім берудегі ерекшеліктерін атап көрсетеді және оның қызметінің негізгі қағидаттарын түзеді.

Мақаланың құндылығы деп телевизияның ақпараттандыру, білім беру функцияларын және жаңа коммуникациялық технологиялардың артықшылықтарын тиімді пайдалану үшін қоғамның ақпараттық мәдениеті жоғары болуы және заманауи ақпараттық-коммуникациялық инфрақұрылым орнығуы тиісті тұжырымдарды атаймыз. Бұл зерттеу жұмысында заманауи телевизияның мәдениетті, ақпараттық және білім беру мүмкіндіктерін ескере отырып, мемлекеттің ақпараттық саясатын реттейтін жаңа заңнама тұрғысынан қазақстандық телевизияның қызмет ету проблемалары да анықталған. Бұл ұсынымдарды отандық телеарналар өздерінің жаңа дәуірдегі әлеуетін өсіріп, қоғамдық қатынастарда ықпалын күшейтуге қолдана алады.

Түйін сөздер: ақпараттық қоғам, коммуникациялық инфрақұрылым, телевизия, мәдени-ағартушылық функциялар, ақпараттық қоғам мәдениеті, ақпараттық саясат, құқықтық негіздер.

Введение

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

Современный мир невозможно представить без телевидения, имеющего огромный потенциал. Благодаря телевидению любая информация, показанная в эфире, сразу приобретает значимый статус и становится популярной. Человечество привыкает жить в условиях информационного общества. Как известно, в документах Всемирного саммита, где обсуждались вопросы информационного общества, были названы 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» (Землянова, 2008; Иноземцев, 2002).

Появление цифровых технологий и спутникового вещания усилило возможности телевидения, выделив его среди остальных средств массовой информации. Физические свойства электромагнитных волн, мгновенно распространяющихся и уверенно передающих единицу информации в любую точку Земного шара, придают телевидению особую значимость. Как показывают многие исследования в области массовой информации, телекоммуникационный рынок в развитых обществах занимает по своей значимости важные позиции в перечне услуг и даже включен в потребительскую корзину. Все это показывает значительную культурную и социальную нагрузку на информационное поле и его продукты (Гуревич, 2001; Анисимов, 1993).

Кроме осуществления информационной и коммуникативной деятельности, телевидение несет культурно-образовательную нагрузку, выполняет функции по решению просветительских и нравственных задач общества. Сегодняшние технологии заметно улучшили аудиовизуальные характеристики телевидения, которое предоставляет безграничные возможности для коммуникационного развития общества. Все это происходит благодаря таким качествам телевидения, как

передача информации посредством звука и изображения. Эти физические свойства выявляются при просмотре телепередач и осуществлении акта прямого общения.

Взаимодействие коммуникативных игроков можно представить следующим образом: 1. Информационный адресант, 2. Информационный адресат, 3. Канал взаимодействия между адресантом и адресатом, 4. Сама информация. Современные исследователи выделяют дополнительные элементы взаимодействия сторон коммуникативного процесса: создатель информации + технические средства передачи + само информационное сообщение + аудитория.

Способность оперативно сообщать и показывать в звуковой и зрительной форме события в прямом эфире называется simultaneity телевидения. Simultaneity проявляется во многих современных телепередачах и усиливает эффект восприятия информации. Simultaneity играет важную роль для психологического восприятия предлагаемой информации, доказывая объективность передаваемых единиц информации и действий, происходящих на экране. При этом у телезрителя создается эффект непосредственного нахождения на месте происходящего события.

Все это придает телепередаче особую документальность и реалистичность и делает телевизионные передачи исключительным инструментом в реализации культурно-просветительских, коммуникационных задач в списке средств массовой информации и придает ему специфические свойства не только коммуникативно-информационного, но и культурно-просветительского характера (Журбеев, 2004; Шапинская, 2011; Information Society, 1997).

Целью настоящей работы является поиск путей развития, возможных трансформаций и возможностей 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.

Обзор литературы

Теоретической и методологической базой настоящего исследования стали труды по теории информационного общества и коммуникативным, просветительским функциям телевидения, о роли инфокоммуникативной инфраструктуры государства как важного фактора успешной ре-

ализации коммуникативных и просветительских функций телевидения (Уэбстер, 2003; Рейман, 2018; Боров, 1996), идеологии развитого индустриального общества (Маркузе, 1996).

При анализе телеконтента, созданного на Казахском телевидении за последние 30 лет, мы исходили из того, что для улучшения коммуникативных и просветительских свойств телевидения необходимо развитие культууроформирующего потенциала телевидения. Актуальность нашего исследования заключается в изучении инфокоммуникативной инфраструктуры на реализацию основных функций телевидения с учетом улучшенного правового обеспечения, регулирующей информационную политику государства с учетом культууроформирующих, информационных, просветительских свойств телевидения (Молчанова, 2005; Выступление Министра информации и коммуникаций Казахстана, 2016; Материалы международной научной конференции, 2012).

В силу общественно-политических факторов, особенностей казахского общества в современных телепродукциях доминирует либеральное и невзыскательное начало, которое не может в полной мере раскрывать богатство культурного, духовно-эстетического и языкового наследия казахского народа для мировой культуры.

В своих выводах автор обращает внимание на опасности культурно-информационной ловушки современного телевидения, когда, одновременно оказывая влияние на освоение духовных ценностей и развитие культурного кругозора, нравственного воспитания, оно может породить у телеаудитории абсолютную индифферентность и иллюзорное ощущение устойчивости общества к современным вызовам (Макаров, 2007; Андреев, 1996; Castells M., 1992).

Материалы и методы исследования

Главными принципами деятельности социально ответственного телевидения должны быть 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. На смену старым сеткам вещания приходит 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.

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.

В статье мы обращаемся к проблемным вопросам реализации функции телевидения в создании культуры информационного общества и пытаемся выявить роль инфокоммуникативной инфраструктуры государства как важного фактора успешной реализации коммуникативных и просветительских функций телевидения. Для этого необходимо решение разных по своему содержанию, но по смыслу взаимосвязанных задач:

- обеспечить положительную динамику качественного и количественного роста ИК инфраструктуры государства;
- установить природу информационной культуры телевидения как важного элемента информационного общества;
- провести полный анализ информационных и культурно-просветительских качеств современного телевидения;
- выявить особенности сегодняшних передовых информационно-коммуникационных технологий, которые способны влиять на формирование информационной культуры в казахстанском обществе;
- систематизировать качество реализации казахстанским телевидением своих основных функций в современной казахской культуре.

Исходя из этого, нами были выбраны функциональный, социокультурный и системный методы, которые составили теоретическую и методологическую основу настоящей статьи. С помощью этих методов были рассмотрены основные функции современного телевидения в вопросах формирования культуры информационного общества. Выбранные нами направления способствовали воплощению в жизнь полного исследования изучаемого явления. И это позволило нам рассмотреть данную тему со всех сторон. Посредством социально-культурного подхода было показано выполнения роли современного телевидения как важной конструкции в формировании культуры информационного общества.

Метод функционального анализа помог систематизировать образующие механизмы теле-

текста, коды культурных взаимоотношений, которые отражаются во многих текстах массовых медиа. Также нами были использованы такие методы как анализ, индукция и абстрагирование (Антология под ред. В.Л.Иноземцева, 2012; Багиров, 1998).

В работе использованы законодательные акты Казахстана в области информационной политики по созданию информационного общества и электронного правительства. Эти нормативно-правовые акты демонстрируют хороший уровень законодательного регулирования и либеральность правового института Казахстана в вопросах формирования информационной культуры общества, улучшения коммуникативных и культурно-просветительских функций отечественного телевидения.

Актуальность темы и результаты

Казахстанское телевидение на сегодняшний день остается самым доступным и популярным средством массовой коммуникации. Оно занимает важный сегмент медиарынка страны, обеспечивая граждан информацией и знаниями из всех областей общественных отношений и человеческой деятельности. Отечественное телевидение оказывает огромное влияние на политические, экономические, информационные и культурные процессы в республике. Однако, казахстанские ученые и журналисты не проводят серьезных замеров и исследований телекоммуникационного рынка и в сегменте цифровых технологий. Телевидение как средство формирования информационной культуры общества также остается малоизученной частью медиарынка современными методами и исследовательскими инструментами.

Именно данное положение показывает актуальность научного метода изучения современного телевидения в культуре современных обществ. Мы пытались рассмотреть функционирование телевидения как фактора, влияющего на культурные процессы в информационном обществе.

На разных этапах изучения истории философии мы можем наблюдать устойчивый интерес к новым ступеням развития человеческой цивилизации. О становлении «коммуникационного общества», основанного на коммуникации, писали известные исследователи.

Как мы знаем, в американской научной среде не используется понятие «информационное общество». Там применяют термин «информационная супермагистраль». В Европе, напротив, дефиниция «информационное общество» при-

сутствует во многих официальных документах членов Европейского Союза. Как бы оно ни называлось, ученый мир единогласно соглашается с мнением о наступлении качественно иного этапа развития человеческой цивилизации, где жизнь человека кардинально меняется под влиянием новых технологий (Скиден, 2014).

В настоящей статье под информационным обществом мы понимаем такое общество, которое формируется и зависит от уровня конвергенции информационных и коммуникационных технологий. Такое общество способствует ускоренному взаимопроникновению и влиянию разных культур, одновременно открывает любому человеку большие возможности для самоидентификации. Для благополучия и получения необходимых знаний нужен беспрепятственный доступ к информации и навыки работы с ней. Под информационной культурой мы понимаем способ гармонизации духовной составляющей человека с окружающим миром, умение пополнять свои знания, определить, находить и использовать социально важную информацию (Adorno&Horkheimer, 2015; Цвик, 2004).

В 2016 году в Казахстане было создано Министерство информации и коммуникации. При его создании перед министерством была поставлена задача обеспечить благоприятные условия для развития казахстанских средств массовой коммуникации с учетом глобальных тенденций.

Государство и менеджмент отечественных компаний начали выработать дополнительные меры поддержки отечественных средств массовой коммуникации. Государственные органы принимают комплекс стимулирующих механизмов и меняют законодательство по вопросам информации и коммуникации. В 2017 году была принята госпрограмма «Цифровой Казахстан», которая, по прогнозам специалистов, может послужит успешному развитию цифрового телевидения в стране. Имея развитую инфокоммуникативную инфраструктуру, страна сможет качественно реализовать коммуникативные и просветительские функции телевидения, которые, в свою очередь, предоставят качественные инструменты для формирования современных платформ казахстанской информационной культуры (Диаграмма 1).

С целью расширения творческих и технических возможностей СМК в казахстанское законодательство введены новые понятия, как «товары вспомогательного характера», «теле-торговля», «телегазета», «интернет телевидение». По мнению экспертов, все озвученные

меры направлены на развитие инфокоммуникативной отрасли страны и на повышение конкурентоспособности казахстанских средств массовых коммуникаций.

Благодаря новым технологиям цифровое телевидение доходит до самых отдаленных аулов и поселков, других населенных пунктов Казахстана, жители которых получили возможность

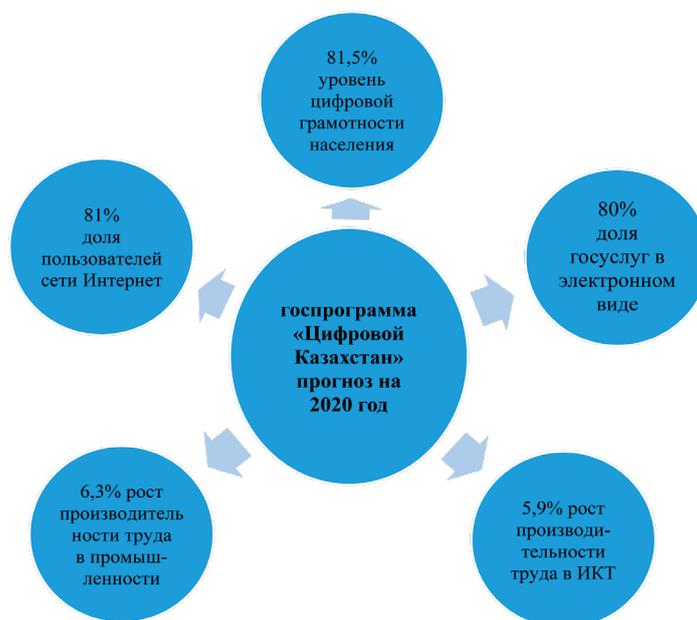


Диаграмма 1 - Прогноз ожидаемых результатов Государственной программы «Цифровой Казахстан» на 2020 год

посмотреть новости, любимые телевизионные программы и фильмы. Тем самым можно констатировать, что казахстанское телевидение создает новые стандарты культуры и является существенным показателем уровня развития общественной и национальной культуры. Во многих исследовательских трудах присутствует анализ особенностей формирования информационной культуры как особого конструкта общества и системного фактора социализации в информационно-коммуникационном обществе. Проблемы телевидения приобретают особое значение, когда его рассматривают в контексте культууроформирующего элемента общества и создателя содержательного смысла национальной культуры (Вартанова, 2001; Дугин, 2003; Засурский, 2001).

В данной статье мы разделяем точку зрения о важности культууроформирующей функции телевидения и рассматриваем телевидение одним из видов искусства. При этом особо выделяем его просветительские особенности, основанные на следующих принципах:

- информационная культура как социокультурный элемент информационного общества, которая играет важную роль в формировании этого общества;
- наличие коммуникационных и просветительских свойств телевидения в культуре информационного общества;
- новые инфокоммуникативные технологии являются важным звеном в формировании информационной культуры в казахстанском информационном обществе;
- влияние казахстанских телеканалов на культурную и информационную ситуацию в республике, редакционной политики вещания телеканала на утверждение духовных, культурных и национальных традиций казахстанского общества.

Для современного казахстанского телевидения вместо культурно-просветительских и познавательных программ характерно смещение акцентов в сторону легких развлекательных проектов. Казахстанская творческая общественность озабочена отсутствием на государственных

телеканалах познавательных программ, которые освещали бы политические, экономические и социально-культурные изменения в жизни страны. Нарастающие по регулярности дискуссии на страницах Интернет изданий о необходимости целенаправленного повышения уровня культуры и познания общества подталкивают менеджеров телехолдингов менять программную политику вещания, свою программную политику, концепции действующих проектов.

Обсуждение

Во второй половине XX века произошли события, которые коренным образом повлияли и придали мощный импульс социально-культурным процессам. В жизнедеятельность человека стремительно вошли цифровые информационные технологии, начали формироваться основы информационного общества. Из концепций об информационных обществах известно, что важной целью этих обществ является информационное обеспечение человека, которое необходимо для решения его жизненных проблем.

В процессе создания и развития информационной культуры современный мир помогает человеку воспринимать и обрабатывать большие объемы информации при помощи цифровых технологий и коммуникационных методов. Поэтому нам важно культурное и философское понимание семиотических тенденций нашего времени, имеющих определяющее значение для человека и общества (Белл, 2006; Тоффлер, 2001; Проблемы информационной культуры, 1998).

В современном мире важное значение имеют сетевые СМИ, Интернет и другие инфокоммуникативные 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 есть базовые демократические ценности 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, технологических и технологических проблем.

Проведенные в разные периоды социологические исследования показывают, что 88% казахстанцев выбирают 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 их 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. 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 инфокоммуникативного сегмента рынка и развитие современных средств коммуникаций.

В цифровой эпохе телевидение полностью погружает человека в свой мир, заполняя его досуг, одновременно обучает и насыщает его информацией. Телевизионный сегмент коммуникации активно формирует новые духовные ценности, мировоззрение и тип культуры. Как и многие культуры народов мира, культура казахского народа так же складывается из освоенных и созданных ценностей. Несомненно, что в ее формировании огромную роль играют средства массовой коммуникации. И здесь телевизионной пропаганде отводится важная роль в распространении духовных ценностей. Утверждая необходимость и выявляя роль телевизионного вещания в формировании новых культурных ориентиров в информационном обществе, важно изучать влияние отечественного телевидения на культуру народа, информационную и социальную политику, на политическую обстановку внутри государства (Маклюэн, 1998; Кара-Мурза, 2009; Прайс, 2012).

Как и во многих развивающихся странах, в Казахстане общедоступным источником получения информации является телевидение. Оно обеспечивает большинство населения необходимыми сведениями, одновременно влияет на политическое, экономическое и социокультурное самочувствие общества. Надо признать, что в казахстанской гуманитарной сфере недостаточно изучены вопросы телевидения в культуре формирующегося информационного общества. В республике до настоящего времени не уделяется достаточного внимания проблемам, связанным с выявлением формирующих свойств телевидения. Нет фундаментальных исследований, посвященных анализу редакционной политики

телевизионных каналов в формировании культурной идентичности.

Вместе с тем, трансформация информационного пространства Казахстана происходит путем формирования новых механизмов государственного информационного заказа, базирующегося на принципах прозрачности и эффективности. Для этого необходимо использовать международный опыт субсидирования СМИ и продолжать работу над повышением качества вещания казахстанского телевидения. В этом направлении проделана большая работа – в пакете спутникового цифрового вещания «ОтауТВ» телеканал «KazSPORT» представлен в формате HD-TV.

В ходе проводимых реформ в инфокоммуникационной сфере решено сохранить печатные издания, которые для части населения являются

главным источником информации. Для этого будет повышена аналитическая составляющая печатных средств массовой информации.

Другим направлением является развитие казахского сегмента Интернета, которое будет состоять из двух направлений. Первое, технические вопросы – обеспечение населения услугами широкополосного доступа к сети Интернет. Сегодня количество казахстанских пользователей Интернета превышает 72%, однако, конечная цель – продвигаться к максимальным показателям.

По уровню проникновения широкополосного доступа в Интернет Казахстан среди развивающихся стран имеет хороший рейтинг. Этот показатель в бизнес-сегменте намного лучше, чем в сегменте домашнего Интернета (рисунки 1 и 2).

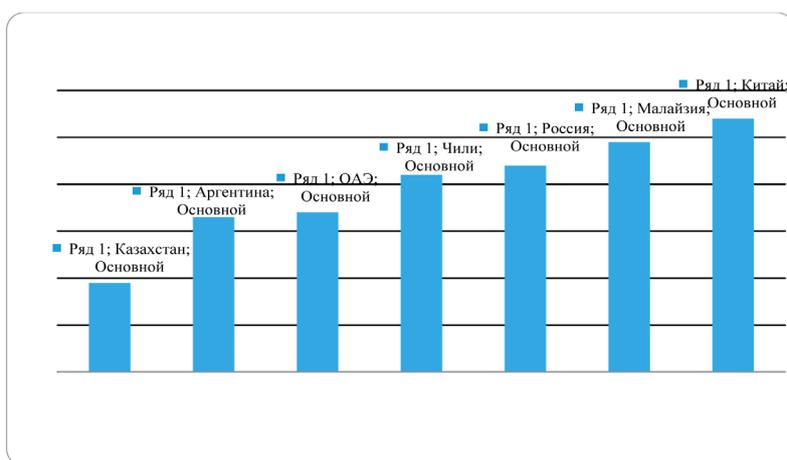


Рисунок 1 - Уровень проникновения ШПД в сегменте домашнего Интернета

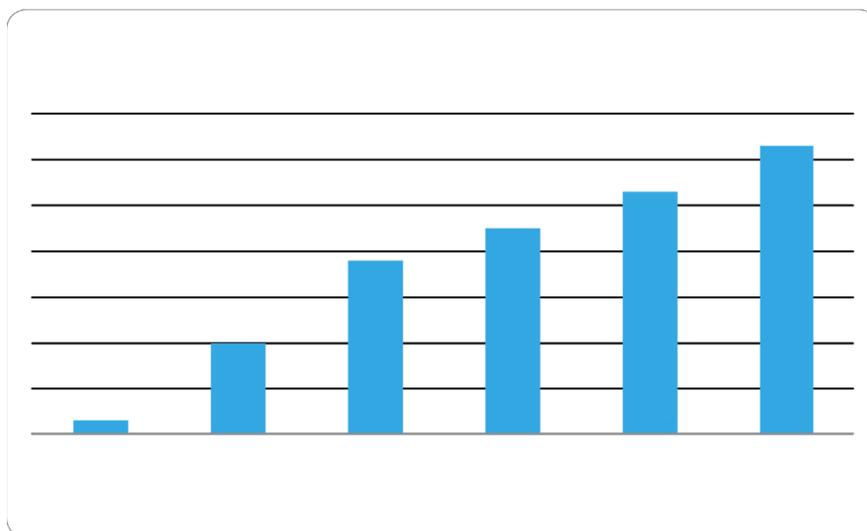


Рисунок 1 - Уровень проникновения ШПД в бизнес-сегменте

По государственной программе цифровизации населенных пунктов к высокоскоростному интернету будут подключены более 1200 аулов и поселков. Другим направлением станет обеспечение членов общества возможностью беспрепятственного доступа к социально значимой информации.

Для эффективного использования просветительских функций телевидения и преимуществ новых коммуникационных технологий необходимо обладать достаточно высоким уровнем информационной культуры и иметь развитую инфокоммуникативную отрасль, которая сильно влияет на осуществление информационной политики. За последние 15 лет в Казахстане ди-

намично развивается инфокоммуникативная инфраструктура государства, которая служит для успешной реализации коммуникативных и просветительских функций телевидения. Об этом свидетельствует и стабильный рост доходов в отрасли связи, что также является важным индикатором увеличения объемов информационных услуг.

Структура и динамика доходов от услуг связи являются важными показателями развитости инфокоммуникативной отрасли государства. Статистические данные указывают на правильность выбранной модели развития казахстанской ИК отрасли. Наблюдается ежегодный рост отрасли от 7 до 10% за последние 15 лет (Диаграмма 2).

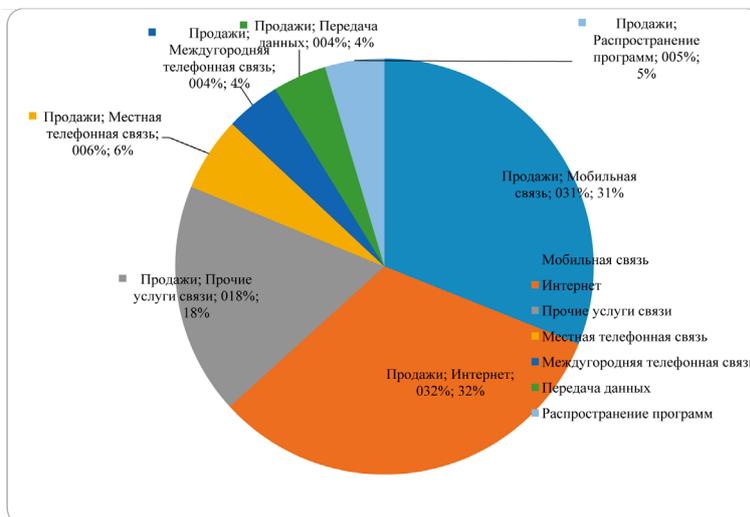


Диаграмма 2 - Структура доходов от услуг связи в Казахстане (январь-декабрь 2019 года)

На наш взгляд, казахстанские власти принимают достаточно динамичные меры по устранению информационного неравенства, повышению информационной культуры общества, уделяя внимание коммуникативным и просветительским свойствам массовых коммуникаций. В этом направлении государственные органы должны продолжить работу по мониторингу Интернет-ресурсов на предмет соблюдения Законов республики. Все это показывает масштабность казахстанских программ по развитию инфокоммуникативных возможностей страны.

Выводы

За последние 20 лет казахское телевидение превращается в важный инструмент создания и

распространения культурных ценностей и выполняет следующие функции:

а) казахстанские телеканалы распространяют культурную информацию, выполняя информативную функцию;

б) казахское телевидение производит и ведет пропаганду национальных ценностей, выполняет культурную и просветительскую функцию;

в) телепроекты казахстанских телеканалов направлены на повышение культурного и познавательного уровня нашего общества.

Мы всегда рассматривали телевидение как способ распространения информации и присваивали ему только информационные свойства. Развитие информационных технологий изменило традиционные свойства телевидения в сторо-

ну усиления коммуникативного направления и интерактивного общения зрителя со студией.

В этой связи особую значимость представляет культууроформирующая функция телевидения. Казахстанский телевизионный рынок превращается в художественную и просветительскую энциклопедию для массовой аудитории. Казахстанские телеканалы вещают на многомиллионную аудиторию и стараются быть интересными, производя широкую линейку национальных продуктов. В какой-то мере они повторяют тенденции мирового телевидения, играя значительную роль для утверждения демократических принципов и повышения уровня демократизации.

На основе проводимых исследований по заявленной теме автором сформулированы следующие выводы:

Первое. Принятие и ожидаемые результаты госпрограммы «Цифровой Казахстан» могут служить для успешного развития цифрового телевидения в стране. Имея хороший потенциал роста инфокоммуникативной составляющей экономики мы предполагаем более эффективную реализацию важных функций телевидения (коммуникативные и просветительские). В свою очередь, она предоставит обществу качественные инструменты для формирования казахстанской информационной культуры.

Второе. Цели и ожидаемые результаты госпрограммы «Цифровой Казахстан» могут способствовать успешному развитию цифрового телевидения в стране. Благодаря новым технологиям цифровое телевидение доходит до самых отдаленных населенных пунктов республики. Казахское телевидение создает новые стандарты культуры и является показателем уровня информационной культуры общества.

Имея развитую инфокоммуникативную инфраструктуру, можно будет качественно реали-

зовать коммуникативные и просветительские функции телевидения.

Третье. До 2022 года по госпрограмме ШПД получит более 1200 аулов и поселков, или около 3,5 млн. человек. Это обеспечит беспрепятственный доступ более 95% населения республики к социально-значимой информации. По уровню обеспечения широкополосным доступом в Интернет (ШПД) в бизнес-сегменте и в сегменте домашнего Интернета Казахстан среди развивающихся стран имеет хороший рейтинг.

Четвертое. Основанием эффективной реализации просветительских функций телевидения служат высокий уровень инфокоммуникативной отрасли, новые коммуникативные технологии. Казахстан за последние 10-15 лет на системном уровне развивает свою инфокоммуникативную инфраструктуру, ежегодный рост отрасли составляет 7-10%.

Официальная статистика указывает на правильность выбранной модели развития казахстанской ИК отрасли. Все это в комплексе помогает успешной реализации коммуникативных и просветительских функций телевидения и информационной политики государства в целом.

В статье также выявлены информационные и просветительские качества телевидения и подтверждены его функции двойственного характера: телевидение выступает массовым коммуникационным инструментом, который наиболее эффективно служит в вопросах пропаганды культурной политики. Для стимулирования зрительской аудитории к активной жизненной позиции необходимо наличие продвинутых телепроектов, которые могли бы вызывать нравственные и эстетические мысли и переживания. В этом смысле развитая ИК инфраструктура государства становится ключевым фактором успешной реализации коммуникативных и просветительских функций телевидения.

Литература

- Adorno, T., Horkheimer M. (2015). *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception / Dialectic of Enlightenment*. Режим доступа: <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm> 25.11.2015.
- Castells, M. (1992). *The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publ., 1992. – 598 p.
- Information Society. (1997). *Information Society: Challenges for Europe*. Strasbourg: Council of Europe, 1997.
- Андреев, С.С. (1996). Информационная культура: уровень содержательности духовных ценностей // Социально-политический журнал. – 1996. – № 6.
- Анисимов, С.Ф. (1993). *Духовные ценности: производство и потребление*. – М.: Мысль, 1993. – 253 с.
- Антология под ред. В.Л.Иноземцева. (2012). *Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология* / под ред. В.Л.Иноземцева. – М.: Academia, 2012. – 640 с.
- Багиров, Э.Г. (1998). *Место телевидения в средствах массовой информации и пропаганды*. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 224 с.

- Белл, Д. (2006). Грядущее постиндустриальное общество. – М.: Academia, 2006. – 452 с.
- Борев, В.Ю. (1996). Средства массовой информации: идеологические и культурно-коммуникативные аспекты. – М.: АН СССР, Философское общество. Московское отд-ие. – 1996. – 272 с.
- Вартанова, Е.Л. (2001). Новые проблемы и новые приоритеты цифровой эпохи // Информационное общество. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – №3. – С.14-28.
- Выступление Министра информации и коммуникаций Казахстана Д. Абаева. (2016). Выступление Министра информации и коммуникаций Казахстана Д. Абаева в Парламенте Казахстана, декабрь 2016 года. – parlam.kz/ru/mazhilis/government-hour
- Гуревич, П.С. (2001). Философия культуры: Учебник для высшей школы. – М.: Изд. дом. NOTA BENE, 2001. – 352 с.
- Дугин, Е.Я. (2003). Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – 146 с.
- Журбеев, Р.Ф. (2004). Философия информационной цивилизации. – М.: ВЛАДОС, 2004. – 336 с.
- Засурский, Я.Н. (2001). Информационное общество сегодня и завтра // Информационное общество. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – №3. – С. 57-58.
- Землянова, Л.М. (2008). Новые медиа в полемической оценке коммуникативистов накануне Всемирного саммита по информационному обществу // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2008. – №6. – С. 44-57.
- Иноземцев, В.Л. (2002). Социология Даниела Белла и контуры современной постиндустриальной цивилизации // Вопросы философии. – 2002. – №5. – С. 3-12.
- Кара-Мурза, С. (2009). Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2009. – 832 с.
- Макаров, М.М. (2007). Массовая коммуникация в современном мире. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 132 с.
- Маклюэн, М. (1998). Телевидение. Робкий гигант // ТВ вчера, сегодня, завтра. – М.: Искусство, 1998. – С. 7-18.
- Маркузе, Г. (1996). Одномерный человек, исследование идеологии развитого индустриального общества. – М.: REFL – BOOK, 1996.
- Материалы международной научной конференции. (2012). Информационное общество и информационная культура: изменившиеся парадигмы XXI века: Материалы международной научной конференции. – Казань: изд-во Казанского университета, 2012.
- Молчанова, Е.Н. (2005). Телевидение в культуре современного информационного общества. канд. диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. Ставропольский государственный университет, 2005. – dissercat.com
- Прайс, М. (2012). Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. – М.: Изд-во МГУ, 2012. – 336 с.
- Проблемы информационной культуры. (1998). Проблемы информационной культуры: Сб. статей. Вып. 3: Информационное мировоззрение и информационная культура / Науч. ред. Ю.С.Зубов, В.А. Фокеев. – М.: Изд-во Московского государственного университета, 1998.
- Рейман, Л.Д. (2018). Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. Материалы научно-практической конференции. – М., 2018. – С. 56-63.
- Скиден, У. (2014). Глобальный вызов Бангеманна: о международной программе Европейской комиссии по интеграции городов в информационное общество // Информационное общество. – 2014. – №4. – С. 11-12.
- Тоффлер, Э. (2001). Смещение власти: знание, богатство и принуждение на пороге XXI века. – М.: Изд-во АН СССР, 2001. – 432 с.
- Уэбстер, Ф. (2003). Теории информационного общества. – М.: Аспект-Пресс, 2003.
- Цвик, В.Л. (2004). Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие / В.Л. Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
- Шапинская, Е.Н. (2011). Телевидение в контексте современной культуры. Вопросы теории: Философско-эстетический анализ масс-медиа // Философские науки. 2011. – №3. – С. 54-83.

References

- Adorno, T., Horkheimer M. (2015). The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception / Dialectic of Enlightenment. Rezhim dostupa: <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm> 25.11.2015.
- Castells, M. (1992). The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell Publ., 1992. – 598 p.
- Information Society. (1997). Information Society: Challenges for Europe. Strasbourg: Council of Europe, 1997. – 153 p.
- Andreev, S.S. (1996). Informacionnaya kul'tura: uroven' soderzhatel'nosti duhovnyh cennostej // Social'no-politicheskij zhurnal [Information culture: the level of content of spiritual values // Socio-Political Journal]. 1996. – № 6.
- Anisimov, S.F. (1993). Duhovnye cennosti: proizvodstvo i potreblenie [Spiritual values: production and consumption]. М.: Mysl', 1993. – 253 p.
- Antologiya pod red. B.L.Inozemceva. (2012). Novaya postindustrial'naya volna na Zapade: Antologiya / pod red. B.L.Inozemceva [A New Post-Industrial Wave in the West: Anthology / Ed. B.L.Inozemtseva]. М.: Academia, 2012. – 640 p.
- Bagirov, E.G. (1998). Mesto televideniya v sredstvakh massovoj informacii i propagandy [The place of television in the media and propaganda]. М.: Izd-vo MGU, 1998. – 224 p.
- Bell, D. (2006). Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo [The upcoming post-industrial society]. – М.: Academia, 2006. – 452 p.

9. Borev, V.YU. (1996). Sredstva massovoj informacii: ideologicheskie i kul'turno-kommunikativnye aspekty [Mass media: ideological and cultural-communicative aspects. M.: USSR Academy of Sciences, Philosophical Society]. M.: AN SSSR, Filosofskoe obshchestvo. Moskovskoe otd-je. – 1996. – 272 p.
10. Vartanova, E.L. (2001). Novye problemy i novye priority cifrovoj epohi // Informacionnoe obshchestvo [New problems and new priorities of the digital era // Information Society]. M.: Izd-vo MGU, 2001. – №3. – pp.14-28.
11. Vystuplenie Ministra informacii i kommunikacij Kazahstana D.Abaeva. (2016). Vystuplenie Ministra informacii i kommunikacij Kazahstana D.Abaeva v Parlamente Kazahstana, dekabr' 2016 goda [Speech of the Minister of Information and Communications of Kazakhstan D. Abaev in the Parliament of Kazakhstan, December 2016]. – parlam.kz/ru/mazhilis/government-hour
12. Gurevich, P.S. (2001). Filosofiya kul'tury: Uchebnik dlya vysshej shkoly [Philosophy of Culture: Textbook for Higher Education]. M.: Izd. dom. NOTA BENE, 2001. – 352 p.
13. Dugin, E.YA. (2003). Mestnoe televidenie: tipologiya, faktory i usloviya formirovaniya program [Local television: typology, factors and conditions for the formation of programs]. M.: Izd-vo MGU, 2003. – 146 p.
14. ZHurbuev, R.F. (2004). Filosofiya informacionnoj civilizacii [The philosophy of information civilization]. M. VLADOS, 2004. – 336 p.
15. Zasurskij, YA.N. (2001). Informacionnoe obshchestvo segodnya i zavtra // Informacionnoe obshchestvo [The Information Society Today and Tomorrow // Information Society]. M.: Izd-vo MGU, 2001. – №3. – pp.57-58.
16. Zemlyanova, L.M. (2008). Novye media v polemicheskoj ocenke kommunikativistov nakanune Vsemirnogo sammita po informacionnomu obshchestvu // Vestnik MGU. Seriya 10. ZHurnalistika [New media in the polemic assessment of communicators on the eve of the World Summit on the Information Society // Moscow State University Bulletin. Series 10. Journalism]. – 2008. – №6. – pp.44-57.
17. Inozemcev, B.L. (2002). Sociologiya Daniela Bella i kontury sovremennoj postindustrial'noj civilizacii // Voprosy filosofii [Sociology of Daniel Bell and the contours of modern post-industrial civilization // Philosophy Issues]. 2002. – №5. – pp.3-12.
18. Kara-Murza, S. (2009). Manipulyaciya soznaniem [Manipulation of consciousness]. M.: Algoritm, 2009. – 832 p.
19. Makarov, M.M. (2007). Massovaya kommunikaciya v sovremennom mire [Mass communication in the modern world]. M.: Izd-vo MGU, 2007. – 132 p.
20. Maklyuen, M. (1998). Televidenie. Robkij gigant // TV vchera, segodnya, zavtra [Television. The timid giant // TV yesterday, today, tomorrow]. M.: Iskusstvo, 1998. – pp.7-18.
21. Markuze, G. (1996). Odnomernyj chelovek, issledovanie ideologii razvitogo industrial'nogo obshchestva [One-dimensional person, study of the ideology of a developed industrial society]. M.: REFL – BOOK, 1996. – 267 p.
22. Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. (2012). Informacionnoe obshchestvo i informacionnaya kul'tura: izmenivshiesya paradigmy XXI veka: Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii [The Information Society and the Information Culture: Changed Paradigms of the 21st Century: Materials of an International Scientific Conference]. Kazan': izd-vo Kazanskogo universiteta, 2012.
23. Molchanova, E.N. (2005). Televidenie v kul'ture sovremennoogo informacionnogo obshchestva. kand. dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata filosofskih nauk [Television in the culture of the modern information society. Cand. the dissertation for the degree of candidate of philosophical sciences.]. Stavropol'skij gosudarstvennyj universitet, 2005. – dissercat.com
24. Prais, M. (2012). Televidenie, telekommunikacii i perekhodnyj period: pravo, obshchestvo i nacional'naya identichnost' [Television, telecommunications and transition: law, society and national identity]. M.: Izd-vo MGU, 2012. – 336 p.
25. Problemy informacionnoj kul'tury. (1998). Problemy informacionnoj kul'tury: Sb. statej. Vyp. 3: Informacionnoe mirovozzrenie i informacionnaya kul'tura / Nauch. red. YU.S.Zubov, V.A.Fokeev [Problems of information culture: Sat. articles. Vol. 3: Information worldview and information culture / Scientific. ed. Yu.S. Zubov, V.A. Fokeev]. M.: Izd-vo Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta, 1998.
26. Rejman, L.D. (2018). Informacionnoe obshchestvo i rol' telekommunikacij v ego stanovlenii // Voprosy filosofii [The information society and the role of telecommunications in its formation // Questions of philosophy]. Materialy nauchno-prakticheskoj konferencii. M., – 2018. – pp.56-63.
27. Skiden, U. (2014). Global'nyj vyzov Bangemanna: o mezhdunarodnoj programme Evropejskoj komissii po integracii gorodov v informacionnoe obshchestvo // Informacionnoe obshchestvo [Bangemann's global challenge: on the international program of the European Commission for the integration of cities into the information society // Information Society]. 2014. – №4. – pp.11-12.
28. Toffler, E. (2001). Smeshchenie vlasti: znanie, bogatstvo i prinuzhdenie na poroge XXI veka [Displacement of power: knowledge, wealth and coercion on the threshold of the 21st century]. – M.: Izd-vo AN SSSR, 2001. – 432 p.
29. Uebster, F. (2003). Teorii informacionnogo obshchestva [Theories of the Information Society]. – M.: Aspekt-Press, 2003.
30. Cvik, V.L. (2004). Televizionnaya zhurnalistika: Istoriya, teoriya, praktika: Uchebnoe posobie / V.L.Cvik [Television journalism: History, theory, practice: Textbook / V.L.Tsvik]. M.: Aspekt Press, 2004. – 382 p.
31. SHapinskaya, E.H. (2011). Televidenie v kontekste sovremennoj kul'tury. Voprosy teorii: Filosofsko-esteticheskij analiz mass-media // Filosofskie nauki [Television in the context of modern culture. Questions of the theory: Philosophical and aesthetic analysis of the media // Philosophical Sciences]. 2011. – №3. – pp.54-83.