SAGINOV TECHNICAL UNIVERSITY
1953



Тақырып: БАҚ, технологиялар және қоғам

Пән: Әлеуметтік-саясаттану білім модулі

Барлық мамандықтардың студенттеріне арналған

Дәріскер: аға оқытушы Абдрахманова А.А.

Қарағанды 2026

Дәріс жоспары

1. Коммуникативті үдерістер.
2. Бұқаралық коммуникация
3. Технология және әлеуметтік өзерістер.
4. Бұқаралық ақпарат құралдары
5. Бұқаралық ақпарат жинау.

Коммуникативті үдерістер

Әлеуметтік үдірістердің ішінде алдынғы қатардағы орында **қоммуникация** (лат. Commuicatio – хабарлау, беру әдістері) алады, яғни адам, топ, халық, мемлекеттердің өзара байланысқа түсетін қажетті элементі болып, ақпарат, сезім, бағалау, құндылықтар мен т.б. өзара тасмалдауды жүзеге асырады. Коммуникациясыз әлеуметтік қауым, әлеуметтік жүйе, институт, ұйымдар мен т.б. қалыптасуы, әлеуметтену мен социумның бүгінгі таңдағыдай болуы мүмкін емес. Коммуникация қоғам өмірі, әлеуметтік топтар мен жеке адамдардың барлық жағынан жіпсіз байлауды. Әлеуметтік өмірдің барлық зерттеулері олардың барлық формаларын қамтуда.

Коммуникацияның көптеген анықтамалары бар. Коммуникация ақпарат, идея, эмоция, дағдылар мен т.б. нышандар арқылы – сөз, сурет, кесте және т.б. беру. **Коммуникация** – бұл үдіріс, яғни әлемнің бір бөлігімен екінші бөлігін жалғастырушы. Коммуникация – бұл үдіріс, яғни көпшілікке жариялаушы. Ақырында коммуникация – бұл механизм, яғни биліктін бір тұттқасын ұстаған.

1948 ж. Американ политологы Г.Лассуэл **бес элементті** өзіне қамтыған, қарапайым коммуникативтік үдірістің моделін ұсынды:

1. Кім? (хабар беруші) - коммуникатор
2. Не? (беріледі) - хабар
3. Қалай? (хабардың жүзеге асуы) - канал
4. Кімге? (хабардың бағыты) - аудитория
5. Қандай эффектімен? - эффективті

Схемада көрсетілген әрбір элемент көптеген зерттеулердің объектісіне айналды.

Коммуникацияның келесі түрлерін бөліп көрсетті: **тұлға аралық, топтық және бұқаралық.**

Тұлға аралық коммуникация адамдардың «бетпе-бет» тікелей байланыста болуы. Бұндай коммуникация серіктестердің психологиялық өте жақын екендігін, яғни бір-бірін түсініп және қолғабыс беретіндігін анықтады. Тұлға аралық коммуникацияда **үш** өзара байланыстын жақтарын бөліп көрсетеді: коммуникативтік (тар мағынада «коммуникация»), перцевтивті және инерактивті. Тұлға аралық коммуникацияның коммуникативті жақтары серіктестер арасындағы пікірлесудегі ақпараттын алмасуы. Тұлға аралық коммуникацияның интерактивтік жақтары («интеракция» - өзара байланыс сөзінен шыққан) өзара әрекет етушілердің арасындағы әрекет алмасуы (мысалы, сұрақ – жауап, өтініш- бас тарту 50 немесе келісу.) Тұлға аралық коммуникацияның перцептивті жақтары адамдардың бір бірін түсінуі мен қабылдау үдірісі, белгілі бір тұлға аралық қатынастын қалыптасуы.

Бұқаралық коммуникация – бұл ақпараттардың таралу үдірісі мен арнайы құралдар арқылы қоғамға ықпал етуі: баспасөз, теледидар, радио, кино және т.б., нәтижесінде хабарлама үлкен топ адамдарының қолына түседі.

Бұқаралық коммуникация әлеуметтік субъектілердің өзара байланысын ұсынып, бұқаралық ақпарат алмасу арқылы жүзеге асады. Бұқаралық ақпараттың айтарлықтай кең таралуы XX ғасырда орын алуда, яғни оған себеп радио, теледидар, телефон, интернет және т.б техникалық құралдар қазіргі қоғамымыздың ажырамас бөлігіне айналуынан, Бұқаралық коммуникация ролінің бүгінгі біздің қоғамымызда әрдайым арта түсуі тек техника мен технологияның дамуынан ғана емес, күрделенген және өзара байланысқан әлемнің сұраныс талабы жаңа ақпараттар көзінің қажеттілігіне келіп тіреуден.

Бұқаралық коммуникацияның қазіргі уақытта бірнеше теорияларын атауға болады, яғни қоғамдағы бұқаралық ақпараттар құралдарының ролін әртүрлі мағынада түсіндіруге байланысты. Мысалы, қоғамдағы бұқараның көзқарасы бойынша бұқаралық ақпараттар құралдарының теориясы, билік институтымен астарланып халық тағдырын шешуге атсалысады. Бұл өз кезегінде билік құрылымын бұқараның орталықтанған бақылауымен қамтамасыз етіп, тұтастай қоғамда тұрақтылық сақтайды**. Маркстік теория** бұқаралық ақпараттар құралдарын рухани өндірістің, яғни иелік етуші класстардың сойылын соғатын құралы деп қарастырды. **Батыс саясиэкономикалық теория** бұқаралық коммуникация шеңберінен жеке меңшікті бөлу механизмі мен нарықтық күштін әрекетін анықтайды. **Франкфурт мектебінің** сыни көзқарасы бұқаралық ақпараттар құралдарын билік механизмі ретінде өзгерістерді тежеуге, эконмикалық дамудың тарихи үдірісін тас-талқан етуге қабілеті бар суперқұрылым деп түсіндіреді. **Гегемония теориясы** масс-медияны идеалогияға теңейді, яғни үстемдік етуші класс бұқаралық ақпарат құралдары арқылы басқалардан өздерін биік қояды. **Культуралогиялық әдіс** бұқаралық мәдениеттің бұқаралық ақпарат құралдарын пайдалана отырып, жалпы әлеуметтік контексте девиантты мінез-құлықтарға қарсы шығудың жолын іздестіруді түсіндіреді. **Құрылымдық-функционалдық** теория масс-медияны әртүрлі әлеуметтік жүйенің өзара байланыс құралы, яғни олардың қажеттілігін қанағаттандырушы ретінде қарастырады.

Қарастырылған әдістерді жинақтап қорытындылай келе, бұқаралық коммуникацияны жеке және топтық санаға былайша ықпалын тигізетіндігін көруге болады. Әлеуметтік институттар мен бұқаралық ақпарат құралдары аудиторияларымен өзара байланыса отырып адамдарда әртүрлі қажеттіліктер, қызығушылықтар және әуестіктерін қалыптастырады.

Осылайша мотивациялық жүйенің қалыптасуы, адам қажеттілігін қанағаттандыру үшін оны өз мақсатына икемдеуге ықпал етеді. Өзіне қажетті ақпарат көзін табушы адам кейін келе оған тәуелді болады. Мысалы, жасы келген адамдарға қозғалу қиын болғандықтан олар сыртқа шығудан қалып, теледидардан берілетін бұқаралық ақпарат құралдарына тәуелді болады. Жас өспірімдер болса, осылайша видеоиндустрияға тәуелді болып, өз алдына әлеуметтік топты құрайды.

Коммуникациялық технологияның дамуы негізінде бұқаралық коммуникацияның жаһануына, яғни **интеграция теориясының** тууына алып келеді. Бірақ та, қазіргі әлемдегі технология мен әлеуметтік даму екпінінің сәйкес келмеуінен әртүрлі әлеуметтік жүйедегі бұқаралық ақпараттардың ерекшелігіне ойшылдар назар аударуда. XX ғасырдың 90 жылдарындағы теория өтпелі қоғамдағы бұқаралық ақпараттын негізгі концепсиясына айналуда.

Бұқаралық коммуникация өзінің күрделілігімен біршама пәндер мен халықтардың өзекті мәселесіне айналуда. Бұл үдірісте маңызды ролге ие болған 1957 жылы ЮНЕСКО мен әлемнің 80 елінің 2500-ден асатын зерттеушілерінің бірігуінен құралған **Халықаралық ассоциация** бұқаралық ақпаратты зерттеуде. Бұқаралық коммуникацияны зерттеуде бұл ассоциация **бірнеше әдісті** ұсынды: коммуникация секциялары, халықаралық коммуникация, саяси коммуникация, құқық, саяси экономика, әлеуметтану және әлеуметтік психология, зерттеу методологиялары, касіптік білім беру, құжаттар мен ақпараттар жүйесі, коммуникациялық технологиялық саясат және т.б.

Кеңес Одағында бұқаралық коммуникацияны зерттеу 60 жылдардың ортасынан бастап қолға алынды.

Ал Қазақстанда 90 жылдардың басынан бастап белсенді орын алды.

2. Бұқаралық коммуникация

Бұқаралық коммуникация – феномен, қазіргі қоғамның барлық қырынан бойлай отырып, бұқаралық және топтық санаға әртүрлі әдістермен әсер етуде.

Бұқаралық коммуникация қоғамда кең тараған әлеуметтік объектілер туралы кестелеп және қарапайым түрде түсіндіруге тырысады, осыдан келіп әлеуметтік сереотиптердің қалыптасуы байқалады. Стереотиптің орын алуы ұлттарға, класстарға, топтарға және т.б. ықпалын тигізеді. Басқа топтарды стереотип арқылы қабылдаудың екі жағы болады: **позитивтік** (стереотип салыстырмалы тез білім береді, яғни топтарға деген көзқарастын біршама кең болуын) және **негативті** (негативті сипаттармен толықтырылған стереотип топ аралық өшпенділікті тудыруы мүмкін).

Бұқаралық коммуникация саяси әлеуметтенудің маңызды көзіне айналады (саясат саласында сайлауға қатысу құндылықтары мен формаларын игеруге). Бұл арада біршама маңызға ие жаналықтар бағдарламасын айту керек. Дәл осы бұқаралық ақпарат құралдары арқылы көрермендер мен тындаушылар, әсіресе жастар саясатқа қатысты біршама ақпараттарды алады. Саяси бұқаралық комуникацияға деген қызығушылық саяси ақпараттармен ауыздандырылғанда және оны ата-аналарымен, құрдастарымен ортаға салып талдағанда арта түседі. Сонымен қатар, бұқаралық коммуникацияның әсері адамдардың шынайы саяси мінезқұлықтарынан гөрі (дауыс беру, қатысу формалары) саяси фактілерді бағалаудан айқын көрінеді.

Бұқаралық коммуникацияның **негативті әрекеттері** де орын алады, яғни оған ақпарат алушылардың тез арада өз тілектері мен қажеттіліктерін қанағаттандырып, оқып алуы дағдылары мен шығармашылық әлеуеттерінің құлдырауы.

Тән кейіпкерлері - бейне көріністер кейбір адамдарды, отбасыларды өзіне баурап алады. «Күндізгі түстей» өзіне ұйытқан телефильмдер шынайы өмірдің қиындықтары мен мәселелерін тасада қалдырып, әлеуметтік дезадаптацияның орын алуын терендете түседі.

Бұқаралық ақпараттар құралдарының адамдар дамуына тигізер ықпалы соншалық қылмыс істеушілер алдында олардың үздіксіз үрейленуіне әкеледі. Осындай үрейлер қылмыскер жазасының ашық болуына тікелей байланысты: себебі қылмыскедің қолға түспеуі, жәбірленушінің қасіреті оларға тек үрей мен қобалжу ғана алып келеді.

Бұқаралық ақпарат құралдарында күш көрсетушілік әрекеті өте жие кездеседі. 1957 мен 1985 жылдар аралығында АҚШ мемлекетінде теледидардан көрсетілген күш көрсетулер 4 есеге өскен. 90 жылдардың бастарында Қазақстанда да осындай тенденция байқалады.Бұқаралық ақпарат құралдарындағы осындай күш көрсетулердің орын алуы, адамдардың **агрессивті** мінез-құлықтарының пайда болуына алып келеді.

Шынайы агрессия мына жағдайда азая түседі, егерде агрессорды көпшілік алдында жазалайтын болса. Ал егер бұл көрініс керісінше орын алса, яғни агрессорға әлеуметтік тұрғыдан кешірім берілсе онда жағдай шиеленісе түседі.

Бұқаралық коммуникацияның **позитивті әрекеттері**. Оның позитивті жақтарына білгірлікті, білуге деген құмарлықты арттыруын, сөйлеу дағдысын әсірелеуін жатқызуға болады. Бұқаралық коммуникация кең пейілділікке, достыққа, кооперация мен ұстамдылыққа. әлеуметтік ережелерді қатаң сақтауға, сонымен қатар үрей мен қобалжуды азайтуға мүмкіндік береді. Балалардың гуманистік бағыттағы киноларды көргеннен кейін құрдастарымен тілдесуі, басқа адамдарға деген адал ниетті көзқарастары арта түседі.

Тәуелсіз Қазақстанның даму үдерісіндегі саяси жүйесін бұқаралық ақпарат құралдары институтынсыз елестету мүмкін емес. БАҚ аса маңызды, көпсалалы, көпқырлы әлеуметтік-саяси, ақпараттық функцияларды атқаратын демократиялық, азаматтық, саяси және идеологиялық институт ретінде түзілуде. Қазақстандағы қазіргі кезеңдегі саяси үдерістерде БАҚ кең ауқымды функцияға ие болғандықтан, қоғамда БАҚ араласпайтын сала жоқ. Әр қырынан, әр саладан, әр деңгейден көрінеді. БАҚ-тар әлемдегі демократиялық институттардың әртүрлі, көпсалалы функцияларын дерлік толығымен атқаруда. БАҚ-тың рөлі туралы әртүрлі пікір, талдаулар бар. Ғылыми әдебиетте, жалпы, оның жиырмаға жуық функциясы көрсетіледі. Бұқаралық ақпарат құралдарынсыз еліміздегі қоғамдық-саяси жүйенің қалыпты қызмет жасауы мүмкін емес. Өйткені, БАҚ «қоғамның демократиялық дамуының аса маңызды құралы» болып табылады. Демократиялық құқықтық және әлеуметтік мемлекет үрдісінде бұқаралық ақпарат құралдарына кең құқықтық өріс ашылып, заңмен тыйым салынбағанның бәрімен шұғылдануына ерік берілді. Ендеше, Қазақстанның жан-жақты жаңару кезеңіндегі саяси жүйедегі БАҚ-тың орны туралы қандай қорытындылар жасауға болады? БАҚ Қазақстанның саяси жүйесінде көпсалалы, көпқырлы функцияларды атқаратын, көпөлшемді саяси үдерістерден өзінің орнын тапқан аса маңызды қоғамдық, демократиялық, азаматтық институт. Билік БАҚ-ты қоғамдық пікірді білдіруші өзінің демократиялық-ақпараттық әріптесі ретінде қабылдаса, БАҚ әр деңгейдегі билік институттарын халық өкілеттік берген, ел мен ұлт мүддесін жүзеге асырушы, мемлекет мүддесін қуаттайтын әріптесі ретінде қабылдауы тиіс. Ол үшін БАҚ пен билік арасында «келісім архитектурасы» қалыптасуы керек. Бұл іске қойылар басты талаптар: шыншылдық, ашықтық, ақпараттық, жаңашылдық, әлеуметтік, жауапкершілік және қоғамдық пікірге деген құрмет.

Кейде БАҚ-тың билік органдарына қысым көрсетіп, үстемдік жасағысы келетін ауанын да байқауға болады. Халықаралық сарапшылардың айтуынша, БАҚ қоғамда болып жатқан процестерге әлеуметтік бақылау жасап, заң шығарушы, атқарушы және сот биліктерін белгілі мөлшерде ығыстырып шығара да алады екен. Халық БАҚ-қа сенеді. АҚШ сарапшыларының пайымдауынша, жұрт президент пен конгреске қарағанда телевизия мен баспасөзді лайықты көреді.

ҚР Конституциясына және «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» заңына сәйкес, ақпарат құралдары меншік нысанына қарамастан, мемлекеттік органдардан заң жүзінде тыйым салынбаған барлық ақпаратын алуға және таратуға құқылы. Бұл үшін мемлекеттік органдар, олардың басшылары ақпарат құралдарына жаңаша көзқараспен қарап, бұрынғы машықтарынан арылуы керек. Өкінішке қарай, біздің көптеген мемлекеттік органдардың басшыларының ақпарат құралдары өкілдерімен сөйлесу, дидарласу мәдениеті төмен. Олардың көбі журналисті қоғамдық әріптес, мемлекет мүддесін жақтаушы деп емес, қайта сол саладан тек кемшілік, тұздығы ащы, көлеңкелі фактілер іздеуші субъект деп қарайды. Мемлекеттік биліктің әр деңгейіндегі басшылар журналистерді өздерінің ақпараттық әріптестеріне айналдырып, олардың қоғамдық беделіне нұқсан келуіне жол бермеулері тиіс. Шенеуніктер БАҚ-тың тез, шапшаңдығын ескере отырып, оның еркін әрі уақытылы ақпарат алуына мүмкіндік жасауы керек. Ол үшін келешекте Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы жанында БАҚ пен жоғары саяси мектеп тыңдаушылары арасында арнайы курстар өткізіп, шенеуніктерге Қазақстанның саяси өміріндегі БАҚ-тың маңызы мен рөлін, бағыттары мен ерекшеліктерін түсіндіру керек.

Саяси жүйенің бір құрамдас бөлігі ретінде БАҚ, ең алдымен, азаматтық қоғам институты, ол – билік институты емес. Оны тікелей коммерциялық құрылым деп те қарауға болмайды, оның басты функциялары – қоғамды интеграциялау, ұйымдық, ақпараттық – әлеуметтендірушілік қызмет атқару. БАҚ қоғамда болып жатқан маңызды үрдіс – құбылыстармен, азаматтарды толғандырып жүрген проблемалармен билікті ақпараттандырып отыруы керек. Саясаттану теориясындағы саяси институттардың міндеті мен функциялары тұрғысынан қарасақ, БАҚ Қазақстанның саяси жүйесінде мынадай: ақпараттық, қоғамды топтастыру және әлеуметтендіру, танымдық, білім берушілік, қоғамдық мүддені қалыптастырушылық сияқты аса маңызды функцияларды атқарады. Ақпараттық жүйенің мемлекеттік шеңберден асып, трансұлттық сипат алып, өз мемлекетінің бақылауынан және оның заң жүйесінің ықпалынан шығып та кетіп жататыны болады. БАҚ-ты «биліктің төртінші тармағы» деп атау конституциялық нормаларға сай келмейді. Себебі – еліміздің Конституциясында билік тармақтары анық көрсетілген.

БАҚ-ты ақпараттық, тәрбиелік, қоғамдық бақылау, инновациялық функцияларды жүзеге асырушы демократиялық институт ретінде қарастыру керек. БАҚ-тың заңсыз жолмен сот, прокуратура, ішкі істер органдарының қызметіне араласуына болмайды. Бұқаралық ақпарат құралдарының күші – биліктің беделінде емес, өз беделінің билігі мен күшінде. Дәл қазіргі жаһандану заманында ақпаратты ауыздықтап ұстау мүмкін емес. Ақпарат мемлекеттік биліктің шеңберінен шығып та кетіп жатады. Ақпараттар тасқынының күшеюі – Парламенттің әлі де айрықша көңіл бөліп, заңнаманы жетілдіруін қажет етеді. Бүгінде БАҚ-тың маңызының артқандығы сондай, оларды мемлекеттің толық бақылауына алу мүмкін емес. Және, сонымен қатар, оны жекеменшік капиталдың қолына беру де дұрыс емес. Журналист ақиқат пен шындықтың бірден-бір қорғаушысы, әділдіктің эталоны екенін ұмытпауы тиіс.

Журналистің жазған жан айқайларына, өткір пайымдауларына, пікірлеріне, тіпті ашыну, өзімшілдігіне де құрметпен қарау керек. Өйткені, журналист өз мүддесі үшін емес, мемлекет, ұлт мүддесі үшін шырылдайтынын естен шығармаған жөн. Мемлекеттік билік жүйесі мен бұқаралық ақпарат құралдары арасында өзара түсіністік пен шынайы әріптестік үнемі дамып, нығайып, одан жиналған күш-жігер еліміздің ақпаратқа қол жетімділік қоғам мен мемлекеттің демократиялық тұрғыда дамуының маңызды элементі болып табылады. Қазақстан тәуелсіздік алғаннан бері ақпаратқа қол жетімділікті қамтамасыз етуде нақты жетістіктерге қол жеткізді. Қазақстанда азаматтардың мемлекеттік басқару органдарынан ақпарат алуын реттейтін заңдар қабылданғанымен, ақпаратқа қол жеткізу құқығын толық көлемде пайдалануға мүмкіндік бермейтін проблемалар да жоқ емес. Бұл жағдайдағы басты себептердің бірі ақпаратқа қол жетімділік мәселелерінің жан-жақты әрі прогрессивті түрде құқықтық регламенттелмеуі, қолданыстағы ұлттық заңнаманың халықаралық стандарттарға сәйкес келмеуі, тиімсіз құқық қолдану практикасы, бюрократия мен сөз бұйра, азаматтардың өз құқықтары туралы хабарсыздығы, ақпарат көздеріне цензура болып табылады. Сайып келгенде бұл мәселелер азаматтардың ақпарат алу құқықтарын іске асыруын қиындата түседі.

3. Технология және әлеуметтік өзгерістер

Әлеуметтік қозғалыс арқылы адамдар қоғамды өзгертуге тырысады. Басқа жағдайларда адамдардың сұранысы қарапайым болғанымен, үлкен әлеуметтік өзгеріс болуы мүмкін. Технологиямен байланысты жағдай дәл осындай.

Қазіргі технология бұрынғыдан қуатты әрі қауіпті: автокөлік пен ядролық бомбаның жойқын күші жылқы жегілген арба мен қылыштан асып түседі. Сондықтан технологиялар енгізетін әлеуметтік өзгерістерге де мән беру қажет.

Технология дегеніміз - адамның білімі арқылы құралдар жасау және табиғи ресурстарды пайдалану. «Технология» термині тек құралдарға байланысты емес (материалдық мәдениет), сонымен бірге біздің тұжырымдарымызға, құндылықтарымызға және біздің соған көзқарасымызға байланысты да қолданылады. Бүгінгі жоғары технологиялар саласындағы заманауи жетістіктерді ғана технология деп санауымыз дұрыс емес, оған қарапайым керамика мен тоқылған себет те жатады. Демек, технология адамзат тарихының басталуынан мәдениеттің құрамдас бөлігіне айналған.

Технология қоғамның даму шегін айқындайтындықтан **технологиялық инновациялар** - әлеуметтік өзгерістің басты қозғаушы күші. Технология аң және балық аулау мен бағбаншылықты сол кезде ауыл шаруашылығына, кейіннен өнеркәсіптік, одан соң постиндустриалдық қоғамға айналдырды. Қазіргі таңда мәдениет пен қоғамның өзгеруіне қарай пайда болатын жаңа сұраныстарды қанағаттандыру үшін жаңа технологиялар енгізіліп жатыр. Бұл үздіксіз жалғасатын цикл іспетті. Әлеуметтік өзгерістер жаңа технологиялардың пайда болуына да, олардың қолданылуына да себепкер болып отырады.

Технология және әлеуметтік өзгерістерге теориялық көзқарастар

XIX ғасырдан бастап әлеуметтанушылар технология мен әлеуметтік өзгерістердің арасындағы байланысты зерттеді. Көптеген әлеуметтанушылар өндірістік революцияның салдарын және одан туындаған әлеуметтік өзгерістерді бақылау үшін ғылыммен айналыса бастаған. Бұл бөлімде технология мен әлеуметтік өзгеріс арасындағы байланыстардың құрылымдық-функциялық және конфликт теориялары тұрғысынан түсіндірілуі қарастырылады.

Құрылымдық-функциялық теория, ең алдымен, әлеуметтік құрылымның ұйымдасқан тәсілмен бір қалыпта сақталуын зерттейді. Бірақ қоғам мен мәдениеттің өзгеруін де назардан тыс қалдырмайды. Құрылымдық-функциялық теория бойынша өзгеріс эволюция арқылы жүзеге асады: әлеуметтік құрылымдар жаңа сұраныстар мен талаптарға кезең-кезеңімен бейімделеді, ал ескірген үлгілер, ойлар және құндылықтар біртіндеп жойылады. Осындай эволюцияға түрткі болатын жаңа сұраныстар мен талаптар **технологиялық жетістіктер** болып саналады.

Өзгерістер эволюциялық жолмен жүргенімен әрдайым біркелкі болмайды. Оның **себебі** - мәдениеттің бір тұсындағы өзгеріс басқаларына эсер етеді. Құрылымдық функцияшылдар мәдениеттердің мұндай өзгерістерге бейім келетінін, бірақ бейімделу белгілі бір уақытты қажет ететінін айтады. Соның салдарынан қоғамдар «мәдени кешігуді» сезінеді. Бұл ретте мәдениеттің кейбір салалары өзге салалардағы өзгерістерден кейіндеп қалады. Мысалы, 1870 жылы фабрикалардың көбеюі өндірістік апаттарды көбейтті. Бірақ жұмысшылардың өндірістік жарақатына өтемақы төлеу туралы заңнамалар 1920 жылға дейін қабылданбады. Яғни 50 жылға жуық мәдени кешігу байқалды. **Мәдени кешігу** - әлеуметтік құрылым жаңа технологияларға бейімделіп жатқан кезде болатын уақытша кезең.

Конфликт теориясы: технология, билік және әлеуметтік өзгеріс

Құрылымдық-функциялық теория әлеуметтік өзгерістерді ретті және жалпылай келісім деп қарастырса, **конфликтология теорияшылары** өзгерісті жаңа технологияларды қоса **алғанда бәсекелес топтардың күресінің нәтижесі** деп санайды. Сонымен бірге конфликтология теорияшылары қолында мол билігі бар адамдар технологиялық және әлеуметтік өзгерістерді өз мүддесіне бағыттайды деп түжырымдайды. Қақтығыс және құлдырау сипаты бар процесте әлеуметтік құрылым өзгереді. Өйткені ықпалды топтар өзгеріс үшін немесе қалыптасқан жағдайды сақтау үшін әрекет етеді.

Торстейн Вебленнің (Thorstein Veblen, 1919) айтуынша, қалыптасқан жағдайдан пайда тауып отырғандар оны сақтау үшін бар күшін салады. Заңды мүддені көздеушілер қалыптасқан жағдайды сақтауға немесе өзгертуге тырысады. Әлеуметтік өзгерістен залал көрген топтар мен адамдар қалыптасқан жағдайды сақтағысы келеді. Ал өзгерістен пайда табатындар, керісінше, жаңашылдықты қолдайды. Электр компапиялары электромобильдерді сатуға мүдделі. Бірақ бұл жанармай компанияларының мүддесіне сай келмейді. Колледж студенттері ғаламтордан оқулықты тегін жүктегісі келеді, ал баспаханаларға бұл тиімді емес.

Технологияның **артықшылықтары** сияқты шығындары да тең бөлінбейді. Конфликтология теорияшылары әдетте шығынға әлсіздер ұшырайды дейді. Корпорацияларға көп пайда түсіретін ауаны ластаушы фабрикалар кедей-кепшік тұратын аудандарда орналасады.

Эволюциялық теориялар сияқты әлеуметтік өзгерістерге қатысты конфликтологиялық көзқарас та тек болжамға ғана сүйенбейді, эмпирикалық зерттеулермен дәлелдейді. Конфликтологиялық көзқарас жөніндегі жалпы түсінік бойынша, қоғамда байлығы, мәртебесі мен билігінің үлесі әркелкі қалыптасқан адамдар жағдайды сақтап қалуға тырысады. Қазіргі құбылмалы қоғамда бұл түсінік өзгеріп кетуі де мүмкін: қуатты топтар, жеке адамдар мен ұйымдар да қолдауға бейім болып, технологиялық инновацияларға қарсы шығуы ықтимал. Мысалы, Microsoft компаниясы бағдарламалармен қамдаумен айналысып, компьютерлерді бақылайтын Linux және Apple жасайтын инновацияларға қарсы жұмыс істесе де Windows бағдарламалық қамдаудың жаңа версиялары сияқты пайда әкелетін жаңа технологияларды толықтай қолдайды. Сонымен қатар кейбір ғалымдар технология «автономды» дейді. Осылайша, технологиялық өзгерістер сізге тікелей бақыланбайтын күштермен іске асуы мүмкін.

Дербес компьютердің ойлап табылғанына барлығымыз қуаныштымыз. Оның артықшылықгары айқын, бірақ одан ту ындайтын кішкентай мәселелерді біз елемейміз. Ал атом бомбасының жасалғанына қуанғандар аз. Алайда Екінші дүниежүзілік соғыс кезінде Америка үкіметі оны қолданғанда американдықтардың көбі риза болды.

Демек, жаңа технологиялардың артықшылықтары мен кемшін түстары болады және олар бірден байқалмауы мүмкін.

4. Бұқаралық ақпарат құралдары

Бұқаралық ақпарат құралдары – бұл бұқаралық комуникация тәсілдерінің бірі, яғни апаратты тарату үрдісінің бір түрі болып табылады. БАҚ-тың **кәсіби қағидалары**:

1. БАҚ-та Қазақстан Республикасының мемлекеттілігіне, ішкі және сыртқы қауіпсіздігіне нұқсан тигізетін, елімізді халықаралық қоғамдастық алдында ұятқа қалдыратын ақпараттарды таратуға болмайды.
2. БАҚ-та ешкімді нәсілі, ұлты, жынысы, жасы, денсаулығы, денедегі ақаулығы (кемтарлығы), әлеуметтік деңгейі және діни сенімдері бойынша төмендетуге, қорлауға, сөгуге болмайды.
3. Ойлау, ар-ұждан және ойын білдіру еркіндігін шектеуші, жалпы халықтың этикалық құндылықтарын аяқасты етуші, діни сенімдер мен жаңұя институтының негіздерін құлатушы ақпараттарды таратуға болмайды.
4. Бұқара жұртшылыққа адал қызмет етуге тиісті журналистер этикалық құндылықтарға қарсы іс істемейді және белгілі бір топтардың мүдделерін орындайтын қолшоқпар болмайды
5. Заңды яки жеке тұлғаларды сынау шегінен асатын қорлаушы немесе олардың абыройына тіл тигізуші, балағаттаушы, жала жабушы ақпараттарды таратуға болмайды.
6. Адамдардың жеке өмірі тек қоғамның мүддесі тұрғысынан алғанда ғана тақырып бола алады. Бұдан тыс жағдайларда адамдардың жеке өмірі туралы мәлімет таратуға болмайды.

Бұқаралық ақпарат құралдары- биліктің бірден-бір қорғаушысы, әділдіктің эталоны. Журналистердің жазған пікірлеріне, жан айқайларына, өткір пайымдауларына, тіпті өзмшілдіктеріне де түсіністікпен қарау керек. Себебі журналист өз мүддесі үшін емес, ұлт мүддесі үшін жұмыс жасайды. Мемлекеттік билік жүйесі мен бұқаралық ақпарат құралдары арасындағы өзара түсіністік пен шынайы әріптестік дамып, нығайып одан әрі жиналған күш жігер еліміздің ақпаратқа қолжетімділік қоғам мен мемлекеттің демократиялық тұрғыда дамуының маңызды элементі болып табылады

5. Бұқаралық ақпарат жинау.

Қоғам жайлы, әлеуметтік құбылыстар жайлы жиналған мәліметтер мүмкіндігінше шындыққа сәйкес, әділетті болу үшін қазіргі әлеуметтанымда мәліметтер жинаудың бірқатар жетілген **әдіс-тәсілдері** қолданылады. Сондай әдіс-тәсілдерге бақылау, сұрау әдістері, салыстыру, математикалық-статистика әдістері жатады.

Бақылау – мәліметтер жинауда барлық ғылымдарда ежелден қолданылып келе жатқан кең тараған әдіс. Бақылау процесі белгілі бір қоғамдық құбылысты қабылдаудан, жазып қоюдан және түсіндірме жазудан тұрады.Кез келген қабылдау бақылау бола бермейді. **Ғылыми бақылау** – белгілі бір мақсатқа сәйкес құбылысты мұқият қабылдау болады. Жай бақылауға қарағанда, ғылыми бақылау жоспарлы да жүйелі түрде, белгілі бір зерттеу мақсатында қабылдау болып табылады.

Ғылыми бақылаудың түрлері: еркін бақылау және тексерілетін бақылау, тікелей және жанама бақылау, өзі қатыса отырып бақылау және сырттай бақылау, жаппай бақылау және жеке-дара бақылау.

Тікелей бақылау деп керекті құбылыстарды зерттеуге зерттеушінің өзі қатысып, өз көзімен көріп немесе құрал-сайманның көмегімен тікелей жүргізетін бақылауды айтады. Ал жанама бақылау деп зерттеуші құбылыстың өзін тікелей бақыламастан, соған қатысы бар басқа құбылыстарды бақылау арқылы жанама қорытынды жасауды атайды.

Егер зерттеуші бақылауға алыңған топтың өмірі мен іс-әрекетіне белсенді түрде тікелей қатыспастан, адамдардың мінез-құлқын, қарым-қатынасын сырттай қадағалап жүретін болса, **мұндай бақылау сырттай бақылау деп аталады**, ал егер, керісінше, зерттеуші бақылауға алынған топтың өміріне тікелей қатынасып, онда белгілі бір рөл атқаратын болса, **онда бұл қатыса отырып бақылау деп аталады.** Бақылаудың бұл соңғы түрі толып жатқан адамдардың мінез-құлқы жайлы әлдеқайда толығырақ материалдар жинап алуға мүмкіндік береді. Ал егер бақылаудың бүл түрін қолдануға болмайтын жағдайда, мәселен зерттеушінің оған уақыты болмаса, онда топқа қатысушы басқа адамның көмегімен бақылау жүргізуге болады.

Бақыланатын құбылыстардың сан мөлшеріне қарай жаппай немесе жеке-дара бақылау әдістері қолданылады. Жеке құбылысқа, жеке әлеуметтік топтың өміріне бақылау жүргізу керек болғанда, мәселен семьялық қарым-қатынасты немесе семьялық бюджетті зерттеу қажет болғанда, жеке-дара бақылау әдісі қолданылады. Ал жаппай бақылау әдісі белгілі бір салаға жататын қоғамдық құбылыстардың барлығын немесе көпшілігін зерттеу қажет болғанда, мәселен белгілі бір елдегі немесе өндіріс саласындағы еңбекшілердің әлеуметтік жағдайын зерттегенде, жаппай бақылау әдісі қолданылады.

Ғылыми бақылаудың айрықша және аса күрделі формасын эксперимент деп атайды. Эксперимент дегеніміз зерттелетін құбылысты жасанды түрде қолдан жасау /тудыру/ арқылы бақылауды айтады. Мұның қиындығы сол, жасанды құбылыс табиғи құбылысқа дәл сәйкес келмейді, өйткені мұнда адамдардың өзара қатынасы, мінез-құлқы табиғи жағдайдағыдай болмайды. Оның үстіне, табиғат құбылыстарына қарағанда әлеуметтік құбылыстар әлдеқайда күрделі болғандықтан, әлеуметтік эксперимент жасау да оңай емес.

Зерттеуде бақылаудың қай әдісі қолданылмасын, оның ойдағыдай іске асуына қойылатын бір міндетті талап бар: бақылаушы құбылыстардың барысына ықпал жасамастан, құбылыстар қалай жүріп жатса, сол күйінде қабылдау қажет. Тек эксперимент жасағанда ғана белгілі бір ықпал жасауға тура келеді.

Сұрау мен мәліметтер жинау өте жиі қолданылатын әлеуметтанымдық әдіс болып табылады. Ол зерттеуші мен зерттелушінің ауызша сөйлесуі түрінде жүргізіледі. Зерттеуші өзіне керекті құбылыстар жайлы сұрақтарды ауызша жазбаша түрде қоюы мүмкін. Ауызша сұрақтар еркін түрде немесе алдынала жазылып қойылған сұрақтар түрінде қойылуы мүмкін. Егер сұралуға тиісті адамдардың саны көп болса, онда сұрақтар алдынала жазылып қойылады.Қоғамдық құбылыстарды зерттеген кезде сұрау әдісін қолданғанда көбінесе анкета тарату әдісі, интервью мен тест әдістері жиі қолданылады.Алдынала дайындалған сұрақтар жазылған анкеталар тарату әдісі жиі қолданылады. Анкета тарату жолдары түрліше болады. Анкеталарды почта арқылы жеткізуге болады немесе баспасөзде жарияланып, оқушылардың қойылған сұрақтарға жауап қайыруына өтініш білдіріледі. Алайда зерттеуші анкеталарды тікелей өзі таратуы да мүмкін.

Интервью дегеніміз белгілі бір мақсатпен бір немесе бірнеше адаммен әңгімелесу жолымен мәлімет жинау әдісі. Интервью әдісімен үлкен әлеуметтік топты зерттеу қажет болғанда, сол топтың ішінен бірнеше адам әңгімелесу үшін іріктеп алынады /анкета таратқанда да осылай жасалады/.

Іріктеу қарапайым және күрделі болады. Қарапайым іріктеуді қолданғанда әлеуметтік топтың ішінен кез келген /мәселен, әрбір оныншы/ адам іріктеп алынады. Күрделі іріктеу кезінде әлеуметтік топқа жататын адамдар бірер белгісі бойынша /мәселен, жасына, мамандығына т.б. қарай/ кіші топтарға бөлініп, әңгіме осы топтардың өкілдерімен жүргізіледі.

Экстенсивті интервью кезінде зерттеуші алдынала өзірленген бірнеше сұрақ қояды, ал интенсивті кезінде әңгіме мұлдем еркін түрде жүреді, ешқандай алдынала өзірленген сұрақ қойылмайды.

Тест. Алдағы уақытта болуға тиісті бір жағдайға байланысты жеке адамдардың қандай ой-пікірде екенін білу үшін мәліметтер жинаудың құралы ретінде тест қолданылады. Тест көбінесе белгілі бір ретпен тізіліп қойылған сұрақтар немесе пікірлер түрінде болады да оған жеке адамдардың көзқарасы қандай екені анықталады. Тестілеу негізінен жеке адамдарға ғана қолданылатын әдіс болғандықтан, психология ғылымы үшін маңызды болады да, әлеуметтану үшін мүлдем дерлік маңызы жоқ десе де болады, өйткені әлеуметтану әлеуметтік, адамдық қатынастарды біртұтас түрінде зерттейді.

Тақырып бойынша бақылау сұрақтары:

1. Қарапайым коммуникативтік үдірістің моделін көрсетіңіз.
2. Бұқаралық коммуникация деген не?
3. Бұқаралық коммуникацияның позитивті және әрекеттерін атаңыз.
4. Технология дегеніміз не?
5. БАҚ-тың кәсіби қағидалары.
6. Мәлімет жинау әдістерін атап шығыңыз.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Қарабаев Ш.Қ. Әлеуметтану негіздері. Алматы, 2007
2. Бринкерхоф Д., Уейте Р., Ортега С. Әлеуметттану негіздері. Алматы, Ұлттық аударма бюросы, 464 б., 2018
3. Ритцер Д., Степницки Д. Әлеуметтану теориясы. Алматы, Ұлттық аударма бюросы, 856 б., 2018
4. Бурдье П.О. О телевидении и журналистике. М. 2002
5. Маклюзи М. Понимение медиа: внешние расширения человека. М. 2003
6. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введению в теорию и исследования. М.2004
7. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. Санкт-Петербург. 2005

НАЗАРЛАРЫҢЫЗҒА РАХМЕТ!