

#### **4 дәріс. Бұқаралық коммуникацияның белгілі формалары: ресми емес байланыстар, қоғамдық-саяси ұйымдар, бірлестіктер мен институттар, басылымдық және электронды коммуникация құралдары.**

Бірде бір мемлекет, сондай-ақ билікке қатысты өз мақсаттарын әлеуметтік қолдауын арттыруға мүдделі бірде бір саяси субъект, шын мәнінде, қоғамдық пікірге ықпал етудің үгіт-насихаттық әдістерін пайдаланбауы мүмкін емес. Дегенмен ақпараттық нарықта ықпал етудің әдістерінің нақ осы формаларын қолдану қалай ақпараттық сапалық өзгерістерге әкелсе, солай коммуникативтік процестерді өзгертеді. Мәселен, азаматтардың санасы мен мінез-құлқын жүйелі түрде бақылау ақпараттық дезинформацияның орнын баса алатындай бұқаралық сананы тұрақты түрде билеп-төстеу мен жалған тәсілдерді пайдалануға, тұрғындарды алдауға әкеледі. Осындай сапалық өзгерістер биліктің бұқарамен байланысында да орын алады. Үгіт пен насихат адам санасына ықпал етудің еркін бәсекелестік шекарасынан аттап өтіп, оның идеялық жаулап алу әдістерін алмастыра отырып, алдын ала бағдарланған бағалау мен қарым-қатынас, нақты бір мақсат пен құндылықтарды санасыз түрде қабылдау үшін санасын басып тастайтын психологиялық қысымға ұшыратады.

Адам санасын жаулап алудың осынау тәсілдеріне қарағанда маркетингтік стратегия ақпаратқа деген сұраныс пен ұсынысқа қатысты қалыптасып, субъектіге қатысты ақпарат қажет уақытында қажетті орында оған қолжетімді болуына бағытталады. Осы ақпараттандырудың маркетингтік стратегиялары адам санасын бақылауға емес, оның сеніміне бағытталады, олар қандай да болмасын идея не мінез-құлқын түрлерін директивтік бұйырғаннан гөрі өздеріне еліктіруді жөн санайды.

Ақпараттық нарықтағы осындай желі адамның ақпаратқа сұранысын алдын ала анықтау мен оның ақпараттандыру арналарына сеніміне тікелей байланысты. Бұл соңында олардың саяси мінез-құлқын саналы түрде таңдауына бағытталуы тиіс. Аталған әдістер демократиялық дәстүрлері дамыған, жақсы дамыған елдерде пайдаланылуы заңды да. Мәселен, билікке енді келе бастаған оппозициялық күштердің тұрғындардың әлеуметтік мінез-құлқын моральдық ынталандыруы мен анағұрлым ашық саясат жүргізуі дәлел болады.

Соңғы жиырма жылда коммуникация құралдары спутниктік байланыс, кабельдік радио мен телевизия, электрондық мәтіндік коммуникациялық жүйелер (видео-, экрандық және кабельдік мәтіндер), сондай-ақ ақпаратты жинау мен өңдеудің дербес құралдарының жылдам әрі прогрессивтік сипатта дамуы салдарынан айтарлықтай өзгерістерге ұшырауда.

БАҚ, ең алдымен реципиенттердің қабылдау әдісіне қатысты түрлі мүмкіндіктер мен ықпалды күшке ие. Соның ішінде, бұқаралық және күшті саяси ықпал ететіні радио және телевизия. Дегенмен БАҚ-тың осынау рөлін айқындауда тарихи жағынан, әрине, біршама уақыт қажет болғандығы заңды да.

Саяси жүйенің бұқаралық коммуникация құралдарына мұқтаждығы оның қоғамдағы функциясы мен саясаттағы агенттердің санына, саяси шешім шығару әдістеріне, мемлекеттің ауқымдылығы мен басқа да факторларға қатысты. Шын мәнінде, адамзат тарихындағы бұрынғы дәстүрлі мемлекеттерде бұқаралық коммуникация құралдарына деген қажеттілік шектеулі болғандығы мәлім. Мұндай құралдардың рөлінде саяси ақпаратты патша жарлықтары мен өкімдерін, т.б. хаттарды тасымалдаушы өкілдің ауызша не жазбаша таратуына тура келсе, XIX-XX ғғ. телеграфтық және телефондық байланыстың, радио және телевизияның дүниеге келуі мемлекеттің коммуникациялық қажеттіліктерін тек қанағаттандырып қоймастан, саясаттағы нағыз революцияға әкелгені анық. БАҚ бұрынырақтағы утопиялық саналған көптеген демократиялық және тоталитарлық идеялардың дүниеге келуіне мүмкіндік берді, билік, оның құрылымдарының легимитидігі мен оның жүзеге асуын айтарлықтай өзгертті. О. Тоффлер атап өткендей, жоғары сапа мен аздаған пәрменділік қазіргі билікке «билік қорлары

шығынын минималдық түрде сақтауға, осы мақсатқа жетуде адамдарды сендіруге, жеке мүдделелігін арттыруға, қарсыластарын одақтасқа айналдыруға мүмкіндік беретін түпкі мақсатқа жету». Нақ осы БАҚ бүгінгі уақытта билік мақсатына жетудің құралына айналып отыр.

Осы аталмыш рөлді атқаруда алдымен БАҚ-тың саяси функцияларын анықтап алу қажет. БАҚ функциялары алуан түрлі екендігі даусыз. Кез келген заманауи қоғамда олар бірқатар жалпы саяси функцияларды атқарады. Ресей ғалымдарының атауынша, БАҚ-тың саяси функцияларын былайша сипаттауға болады:

Бұқаралық ақпарат құралдары саясат нарығына алдымен партиялық баспасөздің органы ретінде, оқырмандар аудиториясы ұлғая келе газеттік басылымдар ретінде енген болатын. Осындай процестердің дамуымен қатар, БАҚ тек тұрғындармен байланысты нығайтып қоймастан, қатардағы азаматтардың саяси-әлеуметтік процестерге қатысу сезіміне баулып, олардың мемлекет пен саясат әлеміне қатысын білдіруде қоғамдық беделді институтқа айналды. Саяси бейтараптықтың болмауы, БАҚ отбасы, білім беру жүйесі сияқты қатардағы азаматтармен жүйелі де тікелей қарым-қатынас орнатып, саяси әлеуметтану институты ретінде қалыптасқан болатын.

Танымал басылымдардың саяси шолушылары, телекомментаторлар, белді репортерлер мен қоғаммен байланыс мамандары қоғамдық пікірді қалыптастырушы көрнекті тұлғаларға айналды. Саяси шолушылар мен журналистер азаматтардың саяси қатысуын ынталандыратын саяси мифтер мен идеяларды дүниеге әкелетін шығармашылық топ саналады.

Жалпы алғанда, Г. Лассуэллдің пайымдауынша, БАҚ-тың қызметі тұрғындардың саяси білімінің артуына, олардың билік саласындағы мүдделерін түйсінуге бағытталды. Бұқаралық баспасөз бен телевизия (масс-медиа) әлеуметтік және саяси қақтығыстар туралы қоғамға алғаш белгі берерлік, осындай қауіп-қатерден қорғануы үшін адамдардың қорғануы қажеттігін ескертетін, олардың билікке көмекке ұмтылуына ықпал етеді.

Қазіргі заманғы қоғамның саяси өмірінде БАҚ рөлінің осындай маңызды саналуы оның көмегімен мемлекет пен басқа да саяси субъектілер өздерінің мақсаттары мен құндылықтары туралы тұрғындарды хабарландырып қоймастан, сондай-ақ биліктің құзырлы органдары мен элитаның қалыптасуына ықпал етуші бұқарамен байланысын арттыра алады. Яғни БАҚ саяси ережелерді мақсатты түрде жүйелей алатын, биліктің бұқарамен қажетті қарым-қатынасы мен байланысын арттыратын қуатты құрал саналады.

Саяси билік пен ресми институттармен қатар, бұқаралық коммуникация құралдарының – БКҚ рөлінің артуы оның саяси қатысу механизмдерінің бірі ретінде танылуына, сондай-ақ қатардағы азаматтар үшін де маңыздылығын айқындап берді. БКҚ, шын мәнінде, қазіргі заманның бұқараның билікпен қарым-қатынас арасындағы тиімді институттың біріне айналды. Ашықтық, жеделдік пен азаматтардың ұстанымдары мен көзқарастарын қалыптастыруда, сондай-ақ түрлі әлеуметтік топтар мен тұрғындардың мүддесі мен талап-тілектерін білдіруі мүмкіндігі БКҚ-ты әлеуметтік өкілдік жүйесінің басты құралы ретінде танытады. БКҚ саяси ойын ережелеріне ықпал етіп, тіпті оларды өзгертуге, «жоғарыдағылар» мен «төмендегілердің» арасындағы қарым-қатынасты қалыптастыра алады.

БАҚ-тағы жарияланымдардың жеделдігі, телевизия жаңалықтарындағы комментарийлер билік тарапынан белсенділікті арттыруы заңды да. Қандай да бір проблемаға тұрғындардың ұстанымдары мен төзімділігінің бұқаралық сипат алуы биліктің соған сәйкес саясаты сол әрекеттерді нақтылау мен түзету қажеттігін білдіреді. Кей жағдайларда БАҚ-тың үйлесімді әрекеті биліктің қоғамдық пікір сотына тартылуына, қандай да бір режимге төзімсіздігін қалыптастыруы мүмкін. Осыншалықты қуатты оппонент алдында мемлекет қоғамдық пікірге жауап қатуға, мүдделер келісіміне сәйкес шешімге келуге ұмтылады. Биліктің ресми органдары жедел әрекет етуге, қоғамдық пікірдің алдын алуға, болып жатқан оқиғаларға өзіндік түсінік беруге мәжбүр болады. Коммуникативтік сипатына қарай БАҚ мемлекеттік органдардың қалыптасу стилін де,

процедурасын да айтарлықтай өзертiп, билеушi элитаның iрiктелуiне мемлекеттегi басты саяси науқандарды өткiзуге ықпал еттi.

Мысалы, сайлауда азаматтар көбiнде кандидаттың бағдарламасына, олардың партиялық ұстанымдарына емес, телевизия олардың өмiрi мен қызметi жайлы не көрсетедi, сол үмiткерлердi сипаттайтын мәлiметтердi газет қалай жариялайды, мiне, сайлаушылар назарында осы тұрады.

Бұқаралық электрондық БАҚ-тың, сондай-ақ коммуникатор мен реципиент арасындағы тұрақты екiжақты керi байланысты (интерактивтiк) қамтамасыз етудiң, әлемдiк ақпараттық желiнiң (Интернет) техникалық мүмкiндiктерi қоғамдық пiкiрдi бiлдiру әдiстерiне, саяси шешiм қабылдау процедурасына, мәселен, мемлекеттiк басқару жүйесiндегi аралық институттарды азайту, басқарудың төменгi сатысының дербестiгiн кеңейту, билiктiң вертикалдық және горизонталдық құрылымының динамизi артуы есебiнен айтарлықтай ықпал еттi. Қатардағы азаматтардың саясаткерлердiң теледебаттарына қатысу, сайлау мен референдумдарды өткiзудегi электронды дауыс беру мүмкiндiгi т.б. теледемократия жүйесiнiң азаматтардың билiкке қатысуының жаңа әдiсi ретiнде пайда болуына әкелдi.

Саяси тұрғыдан алғанда, БАҚ жiктемелерi мынадай: *үкiметтiк, оппозициялық және тәуелсiз*. БАҚ категорияларының осылай бөлiнуi ақпараттық нарықтың тұрақты қатысушыларының түрлi мiндеттердi, атап айтқанда қарама-қайшы мiндеттер қояды. Шын мәнiнде, мұндай құрылым ақпараттық кеңiстiкте ешбiр, тiптi ресми билiктiң дискредитациясы мен ықпалын ызайту мақсатында арнайы әрекет етушi күшi бар үкiметтiк қаулы да үстемдiгiн жүргiзе алмайды. Сонымен қатар тәуелсiз БАҚ билiк тарапындағы да, билiкке қарсы да позицияны ұстана отырып, аталмыш тараптардың қызметiн сынай алады. Дегенмен қай жағдайда болмасын қоғамдық пiкiр идеялық бәсекелес ортада өзiндiк көзқарас әдiстерiн әзiрлей отырып, бiр бағыттағы емес, көп бағытты ақпараттық ағындарға кезiгедi.

Осынау идеялық бәсекелестiк орталық және аймақтық БАҚ қызметiнiң өзiндiк ерекшелiгiн айқындайды. Атап айтқанда, көптеген демократиялық мемлекеттерде билiк оппозициялық күштер мен олардың бұқаралық ақпарат құралдарын бақылауы мүмкiн. Бұл орталық арналардың телетрансляциясы мен орталық баспасөздерге ақпараттық кедергi келтiру арқылы көрiнiс табады. Жергiлiктi БАҚ құрылымында телеарналардың жоқтығы, баспа нарығы тек жергiлiктi басылымдармен толығын жағдайлар орын алуы мүмкiн.

Ағылшындық зерттеушi Дж. Курран осы аталғандармен қатар жеке меншiк сектордың қарамағындағы коммерциялық БАҚ; ұжымдық аудитория мен барлық электорттың мүддесiн бiлдiретiн азаматтық БАҚ; кәсiподақтардың мүддесiн қорғаушы кәсiби БАҚ; тұтынушылардың мүддесiн танытушы қоғамдық-нарықтық БАҚ; жалпыға ортақ әлеуметтiк проблемаларды талқылау мен көпшiлiк тұрғысынан жеке тұлғалардың өзiндiк ұстанымын танытуға мүмкiндiк беретiн, әлеуметтiң жалпы мүддесiн танытатын ауқымды аудиторияны қамтитын БАҚ деп жiктейдi.