**10 Лек. Тақырып: Телеқатысымның теориялық тұжырымы**

 **Телеқатысымдық теориясының негізгі тұжырымдары төмендегідей:**

**1. Көрермендер жеке тұлға деп қаралмайды, олар әлеуметтік топ мүшелері, бір-бірімен араласып тұрады.**

**2. БАҚ ақпаратына тікелей және сол сәтте жауап қатпайды, әлеуметтік ықпалдастық ықпалымен ғана шешімге келеді.**

**3. Жауап қатуға екі үрдіс қатысады: хабарды ұғыну/назар аударып, қабылдау/не келіспей, қарсылық білдіру.**

**4. Жеке адамдар қатысым үрдісінде әр түрлі рөлді атқарады, оның бір бөлігі белсенді топ (БАҚ идеяларын түсініп, оны ары қарай жеткізуші), ал екіншісі көбіне әлеуметтік қарым-қатынаста айтылған ақпаратқа көбірек сүйенеді.**

**5. Үрдіске белсенді қатысушылар (көшбасшылар) ерекше қабілетті: олар БАҚ-ты ақпарат көзі ретінде жиі қарайды, тілдесімге бейім, шешен келеді, өз бойындағы басқаларға ықпал ететін күшті сезеді және сол абыройын нығайтуды ойлайды.**

**Осы модельге Робинсон да пікір білдіріп, БАҚ ықпалының көп сатылы екендігін дәлелдеуге тырысты. Осындай ықпалды сынаушылар да көп, дегенмен тұжырымның көкейге қонымдылығын уақыт дәлелдеп берді. Теледидар тікелей де, жанама да, әлеуметтік топтар арқылы да, көшбасшы тұлғалар арқылы да өз көрерменіне ықпал етеді. Оның өктем, агрессивті сипатын тележарнамадан байқаймыз.**

**1973 жылы Э.Ноэлл-Нойманның (Noelle-Neumann, 1973) «үндемеу спиралі» теориясы жарық көрді. Ол бойынша медиаәсерлердің ықпалы күшті, көпшілік пікіріне қарама-қайшы келетін болса, адамдар өздерінің көзқарастары мен нанымдарын жасырады. Осы зерттеуде БАҚ-тың қоғамдық пікірді қалыптастырудағы жетекші тетік екендігі баса көрсетіледі.**

**1983 жылы АҚШ-тағы Ұлттық психикалық денсаулық институтының телевизияның іс-дағдыға ықпал ететіндігі туралы баяндамасы жарияланды. Онда экрандағы қантөгіс, зорлық көріністерінің балалар мен жасөспірімдерге күшті әсер ететіндігі көрсетілді.**

**Келесі теория «жаңашылдықтың диффузиясы» деп аталады, авторы Роджерс (Rogers, 1983). Оның басты қағидасы жаңа идеялар мен өнімдер әлеуметтік жүйе мүшелері көмегімен бірден емес, уақыт өте келе тарайтындығын көрсетеді. Оны төрт сатылы күрделі жүйе ретінде көрсетеді және үш негізгі блоктан тұрады: алғашқы жағдай, үрдіс және себеп-салдар.**

**Біріншісіне қабылдаушы ғана қатысады.**

 **Екінші блок – тану, қатысын өзгерту және шешім қабылдау. Мұнда жаңалықтың ерекшеліктерімен танысқан тұтынушы өзін қоршаған топтың нормалары және құндылықтарына сай шешім қабылдайды.**

 **Үшінші блок, жаңалықты қолдану немесе пайдаланбау.**

**Кейіннен бұл теория да резонанс алып кетті, бірнеше ғалым өз үлестерін қосты, тіпті математикалық өлшемдер енгізілді.**

**Тағы бір назар аударарлық теория Фискенің дискурстық моделі (Fiske, 1987) болып табылады. Ол бойынша БАҚ мәтіндері кодталған мағына ғана емес, ол аудиторияға қатысты өнім, телебағдарламадағы мәтінді көрермен оқып, қанағат сезімін алғанда ғана мақсатына жетеді, қатысым орнайды. Дискурстан («язык или система репрезентации, которая развилась в ходе социальных процессов и которая создает и поддерживает когерентный набор смыслов относительно какого-то важного предмета») «оқырманның» тәжірибесі мен ұстанымдарына байланысты мағына туындайды. Дискурс ұғымы «мағыналық құрылым» деген түсінікті береді.**

**1989 жылы «Қатысымтанудың халықаралық энциклопедиясы» жарық көрді. Онда 200-ге тарта автордың философия, тіл білімі, психология, мәдени әлеуметтану, саясат, оқу технологиясы, эстетика, этнография және басқа да салаларды қамтыған іргелі зерттеулері топтастырылды. Сөйтіп, қатысым үрдістерін зерттеушілерді жақындастыру, міндеттерін нақтылауға қатысты маңызды қадам жасалды.**