**12 лекция.** Шоғырланған маркетинг

Коммерциялық БАҚ-тың қызметінен байқалатыны, «үлкен бизнестің» ықпалы әлеуметтік және саяси мақсаттағы мүддемен тоғысатыны жиі кездеседі. Басқаша айтқанда, қоғамдық маңызды проблемаларды жариялау табыс әкелуіне кедергі келтірсе, онда қаржылық бақылау, жарнама берушілер мен меншік иелерінің жасырын не ашық ықпалы нәтижесінде оның маңыздылығын әлсіретеді. Мұнан басқа, коммерциялық ірі-ірі медиа-алыптар ақпараттық кеңістікте өздерінің билігін жүргізуге ұмтылуда. Осыған орай, ақпараттық жүйеде шоғырланған маркетинг жүйесі қалыптасады.

Осы санаттағы БАҚ қызметі экономикалық тәуелсіздік проблемасын туындатады. Тәжірибеден байқалғандай, тек капитал ғана емес, сондай-ақ мемлекет ақпараттық нарықта «конформистік» – балама бағытты таңдауына не қолдауына әкелетін БАҚ-тың саяси қызметіне ықпал ететін экономикалық жағдай жасауы мүмкін. БАҚ-ты экономикалық жағынан қолдайтын негізгі қорларды, әсіресе өтпелі кезеңдегі қоғамның саяси шектеулерін өз бақылауына алатын мемлекет пен капитал ақпараттық нарықтағы тәуелсіз, бейресми БАҚ-ты жойып, азаматтардың саяси ұстанымдарын еркін де ерікті түрде таңдау мүмкіндігінен айырады.

Капитал мен мемлекеттің, бір жағынан қоғамның бір-бірімен қарым-қатынасы БАҚ-тың меншік иелері арасында, яғни қоғамға өз мүддесін айту мүмкіндігі болатындар мен радио тыңдағысы не телевизия көргісі келетіндердің басқа көретін не тыңдайтын ешнәрсесі болмайтындар арасындағы қарама-қайшылықты танытса керек. Мұндай үрдіс ақпаратты иеленушілердің ақпаратты еркін таңдау мүмкіндігін білдірсе, оны тұтынатындардың таңдау мүмкіндігі жоқтығын танытады.

Азаматтық сектордағы БАҚ-тың рөлінің артуы сауықтық қондырғылардың маңызы артуын, аталмыш БАҚ-тың ақпараттық саясатының тайыздығын, олардың қызметінде сараптамалық әдістің болмайтындығын танытады. Нәтижесінде адамдар саясатқа көбірек ынталанғанымен, оны түсіне қоймайды. Және де олардың санасында сыни ойлану дағдысы қалыптаса қоймайды.

Конформизмнің былайша өрістеуі кейбір БАҚ-тың талғам қалыптастыру мен адамдардың өз мүддесін түйсіне білуін монополизациялауға ұмтылуына тікелей қатысты. Бұған қажетті әлеуметтік басымдықтардың жоқтығын айқындайтын жаңалықты «эклектикалық» түрде берудегі нақтылық пен саяси әлемді бейнелі сурет түрінде қабылдауды қалыптастыратын ақпараттандырудың жаңалық атты түрі ықпал етеді. Осындай ақпараттық саясаттың нәтижесінде адамның мәдени әлемінің баю мүмкіндігі мен оның әеуметтік және саяси байланыстарының белсендігі тарыла түседі.

Бүгінде БАҚ материалдарына цензура саяси проблема саналады. Бір жағынан демократиялық мемлекеттердің Конституцияларында цензураға ақпаратты бақылау құралы ретінде, саяси бәсекелестердің ақталуы үшін қолданылатын саяси құралы ретінде шектеу қойылады. Екінші жағынан, қоғамдық дискурстан белгілі бір дебатты шеттететін, сұрыптау, ақпараттық хабарламаларды іріктеу, БАҚ жауапкершілігін арттыру сияқты мемлекеттік ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету проблемасы туындайды.