

### **Ошанова Орынтай**

Филология ғылымдарының кандидаты, доцент  
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
Қазақстан, Алматы қ.  
E-mail: kulpnai@mail.ru, 87013096406

### **БАҚ-ТЫҢ ҚОҒАМДЫҚ ПІКІРГЕ ЫҚПАЛ ЕТУІ ЖӘНЕ ҚАЛЫПТАСТЫРУ МҮМКІНДІГІ**

Бұл мақалада құқықтық журналистиканың теориялық мәселелерінің бір тармағы болып табылатын бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдық пікірді қалыптастыру және жариялау мәселесі жан-жақты сарапталып, оның азаматтық қоғам қалыптастырудағы рөлі талданады. Демократиялық мемлекеттегі қоғамдық пікір бір ғана өте өзекті міндетті шешуге қызмет етеді, ол – қоғамдық мүддеге қызмет ету. Қоғам өміріндегі кез келген жаңа бастамалар ақпараттық жағынан насихаттауды және БАҚ пен қоғамдық пікір тарапынан қолдауды талап ететіні сөзсіз. Қазіргі кезде БАҚ-тың қоғам өмірінің арнаулы салаларына терең еніп және жүріп жатқан үдерістерге ықпал етуінің мүмкіндіктері мен қажеттілігін саралау қажетті мәселе болып отыр. Ғалым О.Ж. Ошанова өз мақаласында осы жоғарыда аталған мәселелерді зерттеу нысанына алып, өзіндік тұжырымдар жасаған. БАҚ-тың қоғамдық пікірге ықпал етуі және қалыптастыру мүмкіндігі соңғы жылдары арта түсті. Еліміздің және шетелдің ғалымдары БАҚ-ты “төртінші билік” деп қарастыруды қолдайды, олар бұның себебін оның әлеуметтік салаларға деген ықпалының ұлғаюымен түсіндіреді. Мақалада бұл мәселелер де жан-жақты көрсетілген.

**Түйін сөздер:** БАҚ, журналист, қоғамдық пікір, демократия, саяси коммуникация, азаматтық қоғам.

Ошанова Орынтай

Кандидат филологических наук, доцент  
Казахский национальный университет им. аль-Фараби,  
Казахстан, г. Алматы  
E-mail: kulpnai@mail.ru, 87013096406

### **Журналистика и общественное мнение**

В статье исследуются роль и факторы воздействия средств массовой информации на общественное мнение. Автор отмечает, что современные СМИ стали самым эффективным манипулятором, мощным инструментом разрушения или созидания в сфере массового сознания, а также то, что данное воздействие не всегда осуществляется во благо общества. Журналисты, в силу своих функций, оказывают влияние на общественное мнение и могут определить направление сознания граждан в том или ином вопросе.

**Ключевые слова:** СМИ, журналист, общественное мнение, демократия, политическая коммуникация, гражданское общество.

Oshanova Oryntai

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor  
Al-Farabi Kazakh national university  
Kazakhstan, Almaty  
E-mail: kulpnai@mail.ru, 87013096406

### **Journalism and public opinion**

The proposed article examines the role of the mass media as an organization having an effect on the formation of public opinion. Nowadays mass media really became the most effective manipulator of public opinion and, unfortunately, is very rarely in the public interest. In this regard, the main issue of

the scientific article is to determine the influence of the media on the formation of public opinion at the present stage. This research evaluates the role of the media in formation public opinion. The author in the article shows the features of the creative work of the journalist and the realization of professional special interests in the status of the journalist, which derived from the specificity of its social role. The article also discusses the most important properties that together distinguish journalism from other professions, and above all about its artistic character and the public service elements. The article also provides an overview on the recently published study about the journalism and public opinion on the media system.

**Key words:** mass media, journalist, public opinion, democracy, political communication, civil society.

## Кіріспе

Азаматтар үшін маңызды құқықтардың іске асуына бұқаралық ақпарат құралдарының ықпал ететіні көпшілікке мәлім, атап айтар болсақ, ол – басқа да құқықтар мен еркіндікті қамтамасыз ететін, қоғамдық мүдделердің айқындаушы күші ретінде қызмет ететін, қоғамдық пікірдің қалыптасуының негізгі арнасы болып табылатын және мемлекет пен билікті азаматтық бақылаудың құралы болып есептелетін **ақпарат алу құқығы**. Бұл – қоғамда демократияның және халықтық басқарудың басымдық танытып тұрғандығының көрсеткіші болып табылады. **Демократиялық мемлекеттегі қоғамдық пікір бір ғана өте өзекті міндетті шешуге қызмет етеді, ол – қоғамдық мүддеге қызмет ету**. Қоғам өміріндегі кез келген жаңа бастамалар ақпараттық жағынан насихаттауды және БАҚ пен қоғамдық пікір тарапынан қолдауды талап ететіні сөзсіз.

Көпшілікке арналған коммуникация құралдары, оның ішінде электрондық БАҚ-тар кейінгі жылдары қарқынды әрі үдемелі түрде дамып, жаңа сапаға көтеріліп, ақпаратты тұтынушыға жылдам жеткізудің мүмкіндіктерін түбірімен өзгертіп жіберді. БАҚ-тың кез келген түрі өзінің бағдарламаларын бір сәтте әлемнің ең алыс түкпірлеріне ешқандай кедергісіз тарату мүмкіндігіне ие болды.

## Негізгі бөлім

Қазіргі кезде БАҚ-тың қоғам өмірінің арнаулы салаларына терең еніп және жүріп жатқан үдерістерге ықпал етуінің мүмкіндіктері мен қажеттілігін саралау қажетті мәселе болып отыр. Көптеген ғалымдар бұл бағытты қолдамайды, яғни көпшілікке арналған коммуникация құралдары бейтарап ұстанымды ұстап, қоғамның кейбір бөліктерінде болып жатқан оқиғаларға араласпауы керек дейді.

БАҚ-тың қоғамдық пікірге ықпал етуі және қалыптастыру мүмкіндігі соңғы жылдары арта түсті. Еліміздің және шетелдің ғалымдары БАҚ-ты «төртінші билік» деп қарастыруды қолдайды,

олар бұның себебін оның әлеуметтік салаларға деген ықпалының ұлғаюымен түсіндіреді.

Қазіргі қоғамдағы БАҚ-тың алатын орны мен қызметінің нақтыланбауы, оның әлеуметтік ақпарат институты ретінде алуан түрлі әрі жан-жақты қызметтер атқаратынында болса керек. Қоғам өмірін және ондағы орын алып жатқан шындықтарды бейнелей отырып, БАҚ ақпарат тұтынушыларының үстінен билік жүргізе алады. *Біріншіден*, өздерінің жеделділік деңгейіне қарай, қоғамда ақпараттық қызмет көрсету саласында өз үстемдігін жүргізе алады. *Екіншіден*, БАҚ орын алған оқиғалар туралы хабарлай отырып, тұтынушыға сол жайттың шынайы келбетін толық мәнінде ашып бере алмайды.

БАҚ-тың кез келген органы жұртшылықты қоғамда болып жатқан оқиғалар мен мәселелер туралы хабардар етіп отырады және олар туралы қосымша түсініктемелер береді, әрі олардың мәнін түсінікті тілде түсіндіреді, сонымен қатар оқиғалардың жалпы қоғам үшін және оның кейбір бөліктері үшін маңыздылығын анықтап көрсетеді. Осылайша БАҚ-тың органы, оның ішінде қоғамдық пікірді қалыптастырмаймын деп алдына мақсат қойған түрінің өзі іс жүзінде бұл істі атқарады.

## Нәтиже

Бұл жағдайдан, қоғамдық пікірді қалыптастыру үдерісі нақты бір мақсатпен қоғамға межелеген көзқарасты таңу ниетімен іске аспайтындығына көз жеткізуге болады. Ал егер БАҚ арқылы қоғамдық пікірге ықпал етуді алдын ала мақсатты түрде жоспарлайтын болсақ, онда оның жүргізілу тәсілдері айқындалып және ықпалы мен тиімділігі де жоғары болатыны сөзсіз.

Бұл бағытта жасалатын бірінші қадам, БАҚ-тың басшылары ақпараттарды жариялаған кезде іріктеу сүзгісінен өткізіп, мақсатты түрде қоғамдық пікірге ықпал ететін оқиғалар мен мәліметтерді таңдап береді. Басылым бетінде жарияланатын жаңалықтар тізбесі берілерде тұтынушылардың назарын аударатын түрлі тәсілдер қолданылып, редакция өздеріне және

баспагерге керекті ақпараттарды айшықтап береді. Бұл басылым, оның құрылтайшылары мен иелері үшін тиімді әрі қажетті саясат, осылайша олар ақпаратты тұтынушылардың назарын өздеріне қажет бағытта жұмылдыра алады.

Ақпаратты тұтынушылардың көзқарастарын қалыптастыру және қоғамдық пікірді бұрмалаудың екінші маңызды бағыты, ол – оқиғалар мен мәселелерді жазатын комментатор, шолушы мен сарапшы сияқты мамандарды таңдау ісі. БАҚ-тың кез келген органының басшылығы оқиғалар мен мәселелерді талқылау және сараптау ісіне, аталған органның саяси талғамдары мен ұстанымдарын бөлісетін әрі ұстанатын мамандарды тартады. Осы іріктеліп алынған мамандар, қоғам өмірінде болып жатқан оқиғалар мен проблемаларды баспагерге тиімді бағытта және рухта талдап әрі түсіндіріп береді.

Қоғамдық пікірді мақсатты түрде қалыптастыруда қолданылатын келесі тәсіл, ол – БАҚ органы және онда қызмет атқаратын журналистер, қоғам өміріне енгізуді қажет ететін және қоғамда қызу талқыға түсіп жатқан жаңа бастаманы немесе идеяны қолдау мақсатында насихаттау шараларын өткізуге тапсырма алады және жасаған қызметтеріне ақы да талап етеді. Кәсіби мамандар құқық нормалары мен адамгершілік ережелерін бұза отырып, ақпаратты тұтынушылардың саналарын жаулап, оларды саналы түрде адастырады, нақты бір партияның, қоғамдық қозғалыстың және олардың көшбасшыларының мүддесін жақтап әрі қолдауға итермелейді.

БАҚ иелеріне қолайлы және тиімді бағытта қоғамдық пікірді қалыптастыра отырып, журналистер билік құрылымдарына қысым көрсету мүмкіндігіне ие болады. Маңызды шешімдердің қабылдану барысына ықпал ете алатын дәрежеге және өздеріне және өздерінің саяси одақтастарына тиімді шешімдердің қабылдануына қол жеткізеді. Билік өкілдеріне ықпал етудің мұндай тәсілдері, яғни қоғамдық пікір арқылы бағындыру БАҚ-та демократиялық құқықтық мемлекетті құру жағдайында қолданылады. Әсіресе, сайлау кампанияларын өткізу кезінде БАҚ-тар үстемдік құрады. Ал мемлекеттік басқарудың басқа жүйелерінде (абсолютті монархия, диктатура) қоғамдық пікірдің билік құрылымдарына деген ықпалы шектеулі және БАҚ оны билікке қысым көрсету мақсатында қолдану мүмкіндігінен айрылған.

### Ойтолқы

Бұл аталған тәсілдермен қатар, БАҚ-тың билікке ықпал етуінің тағы бір арнасы бар, ол –

БАҚ-тың билік құрылымдарына қоғамдық пікірді айналып өтіп те ықпал ете алу қабілеті.

Қоғамдық сана дегеніміз сыртқы күштердің тарихи ықпалы және тұлғаның өмірлік тәжірибелері негізінде қалыптасқан сананың ерекше түрі және ол әлеуметтік және мәдени тәжірибе жиынтықтарын сақтаушы.

Идеология дегеніміз қоғамның әлемді жалпылай және әр қырынан жеке тануының деңгейін көрсететін теориялық көзқарастар жиынтығы. Бұл қоғамдық психологиямен салыстырғанда қоғамдық сананың жоғары деңгейін таныта алады. Бір ескеретін мәселе, жекелік сипаттағы идеология болмайды, ол тек қоғамдық деп танылады.

Қоғамдық сана сезімдер, көзқарастар, идеялар, теориялар жүйесі арқылы қоғамның рухани өмірі мен болмысын таныта алады, сонымен қатар қоғамға тән психологиялық мінездердің жиынтығын құрайды әрі сол ортаға кіретін әр адамның жеке психологиясына ықпал ете алады. Қоғамдық сананың ерекшелігі, ол өзінің ықпал ету нысанына жеке тұлғаларды алмайды, керісінше, жалпы қоғамды қамтуды көздейді. Қоғамдық сана жекелеген адамдардың санасы негізінде қалыптасады, дегенмен олардың қарапайым жиынтығы деп есептелмейді. Қысқаша айтсақ, қоғамдық сана дегеніміз нақты бір қоғамға тән, адамның өзінің өмір сүріп жатқан ортасын саналы түрде тану негізіндегі идеялар, көзқарастар мен бағалаулардың жиынтығы. Ол ғылым, философия, өнер, дін, саясат, құқық сияқты түрлі пішіндерде көрініс тауып жатады.

Қоғамдық пікір көпшіліктің атынан жарияланады және қоғамның және оның саяси жүйесінің қызмет көрсетуіне ықпал етеді. Қоғам өмірінің өзекті проблемалары туралы тұрғындардың жария және бір көзқарастағы пікірін білдіру мүмкіндігі және осы айтылған ұстанымдардың қоғамдық-саяси қарым-қатынастардың дамуына ықпалы қоғамдық пікірдің ерекше болмыстағы әлеуметтік институт ретіндегі табиғатын көрсетеді. Сонымен қатар қоғамдық пікір нақты бір мәселеге қатысты көптеген жекелеген адамдардың пікірлерінің жиынтығын танытады. Әлеуметтік институт ретінде қоғамдық пікірдің қызмет атқаруы, оның «әлеуметтік билік» санатында әрекет ететінін айғақтай алады.

Қоғамдық пікір дегеніміз қоғамда оқшауланып қалмас үшін өз пікірін және іс-әрекетін жария түрде көрсету тәсілі. Қайшылықты әрі құбылмалы жағдайларда оқшауланып немесе қоғамнан шеттетіліп қалу қаупінен қорықпай өз ұстанымын білдіру қабілеті.

Әлеуметтанушы Д.П. Гавра, саяси коммуникациядағы қоғамдық пікірдің қалыптасу мәселесін жан-жақты зерттей келе, билік пен қоғамдық пікірдің өзара ықпалдасуынан туындайтын кемшіліктер жүйесін былайша көрсетеді:

– билік тарапынан қоғамдық пікірді тұншықтыру әдеті;

– қоғамдық пікірмен санаспау;

– өзара қарым-қатынас орнатуға деген екіжақты мүдделілік;

– қоғамдық пікірдің билікке қысым көрсетуі;

– біржақты қоғамдық пікірдің үстемдік етуі;

– қоғамдық пікірге қатысты биліктің көпшіліктің ығына жығылып, олардың қажеттіліктерін белгілі бір деңгейде орындай отырып, ал соңғы сөзді өз құзырында қалдырып, бұқараның іс-әрекеттерін өз қалауынша басқара білу жүйесі.

Зерттеуші С.Ю. Чимаров қоғамдық пікірдің негізгі атқаратын қызметтерін былайша жіктейді:

1. Бағалау қызметі – көпшіліктің қоғамдағы өзекті мәселелерді шешуге деген мемлекеттік билік органдары мен жергілікті басқару ұйымдарының, саяси партиялар мен әлеуметтік институттардың көзқарастары мен талпыныстарына деген қарым-қатынасы.

2. Бақылау қызметі – жұртшылықтың белгілі бір әлеуметтік шындықтың өз қалауларына сәйкес келу жағдайын және қажетті деңгейде болуын қадағалау мақсатында бақылау орнатуы.

3. Кеңесу қызметі – қоғам белсенділерінің қоғам өмірінде болып жатқан құбылыстардың мәнін жан-жақты толықтай түсіне отырып және сол аталған әлеуметтік проблеманы шешудің нақты жолдарын ұсыну мүмкіндігін көрсетеді.

4. Нұсқаулық қызмет – әлеуметтің болашақта атқаратын қызметінің негізгі жоспарын әлеуметтік өмірдегі нақты бір мәселелер туралы қоғам белсенділерінің шешімі негізінде бекіту.

5. Ұтқырлы немесе коммуникативтік қызмет - нақты бір мақсатқа қол жеткізу мүддесін көздей отырып, осы жолда қоғам мүшелерінің күш жұмылдырып, бірлесе қызмет атқаруы.

6. Реттеу қызметі – қоғам өміріндегі жекелеген құбылыстарға қоғам белсенділерінің мақсатты басқару жүйесіндегі ықпал ету тәсілдерін қолдануы және қоғамда тепе-теңдік заңының үстемдік құруы үшін белсенділік таныту, сонымен қатар әлеуметтік реттеуші күштер арқылы оның дамуына мүдделі болу.

7. Қорғаныс қабілетін қалыптастыру қызметі – қоғам белсенділерінің өз ұстанымдарын берік ұстану қабілетін таныту және Конституция мен мемлекеттің заңдары кепілдік беретін заңдық

тәсілдермен және құралдармен өз құқықтарын қорғау мүмкіндіктері.

### Қорытынды

Қоғамдық пікірдің қалыптасу кезеңдерін төртке бөліп қарастырамыз: пікірдің өмірге келуі, нақты бір пікір төңірегінде пікірталастың орын алуы, айқын көзқарастардың қалыптасуы және іс-әрекетке жұмылдыратын айқын ұстанымның пайда болуы.

Қоғамдық пікірді қалыптастыруда БАҚ үлкен рөл атқарады, соңғы жылдары әсіресе, электронды ақпарат құралдарының ықпалы артып келеді, яғни әлеуметтік желілер, блогтар, форумдар. Ал мемлекет тарапынан қоғамдық пікірді қалыптастырудың негізгі құралдары болып насихат пен цензура танылады.

Жекелеген адамдарға ақпараттарды қабылдауда өзін қоршаған әлеуметтік-мәдени топтар жоғарғы деңгейде әсер ететін болады, оны төмендегі жүйеден анық тануға болады:

– адам өзі мүшесі болып танылатын әлеуметтік топтың ықпалында болады да, оның жекелеген көзқарастары және ақпаратқа деген қарым-қатынасы олардың ықпалды әсерімен қалыптасады;

– адам белгілі бір топтық қатаң қағидаларды ұстануға бейімділігі қабілеті үшін топтан ерекшеленіп, марапатталады және керісінше болған жағдайда жазаланады;

– адам үшін өзінің жеке көзқарасынан гөрі жариялылық деңгейінде мойындалған пікірін өзгертуі қиынырақ соғады;

– адамның белгілі бір пікірге немесе шешімге қатысты өзінің ішкі қарсылығын жеңуіне көпшілікпен отырып шешім шығару және көпшен талқылау жағдайы көмектеседі;

– әлеуметтік топтың жағымсыз қоғамдық пікірінің қысымын бір ғана адамның көзқарасы әлсірете алады;

– әлеуметтік топтың ұстанымдары берік деп танылатын мүшелерінің өзі топтың ережелеріне қайшы келетін коммуникациялардың ықпалына қарсы тұра алмайды;

– ақпаратты беру пішіндері мен түрлері де оның тиімді қабылдануына кепілдік бере алады.

Азаматтық қоғамның БАҚ-тарын құрудың жолдары мен шешімдерін анықтау үшін төмендегідей шараларды атқарған жөн:

– ақпараттық-коммуникативтік қызметтің нормативтік-құқықтық базасын сапалық жағынан жетілдіру;

– кәсіби ортада журналистердің азаматтық ұстанымдарын анық танытуына мүмкіндіктер жасау жолдарын қарастыру;

– журналистердің кәсіби дайындықтарын жетілдіру және олардың кәсіби азаматтық саналарының қалыптасуына жол ашу;

– азаматтық журналистиканың тәсілдерін азаматтарды ақпараттық күн тәртібін қалып-

тастыру ісіне жұмылдыру мақсатында жүйелі пайдалану;

– көпшілік ақпаратты тұтынушыларды медиасауаттылықтың негіздерімен таныстыру бағытында жүйелі жұмыстар атқару.

#### Әдебиеттер

- 1 Қазақстан Республикасының «БАҚ туралы Заңы» / adilet.zan.kz сайты
- 2 Федотов М. Прововые основы журналистики. – М.: Гуманит. Изд. Центр Центр ВЛАДОС, 2002. – 157 с.
- 3 ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» Заңы, 1996 жылғы 10 маусым / adilet.zan.kz сайты
- 4 Закон Российской Федерации о средствах массовой информации, 27 декабря, 1991 год, №2124-1.

#### References

- 1 Kazakhstan Respublikasynyn “BAK turaly Zany”/ adilet.zan.kz saity.
- 2 Fedotov M. Provovye osnovy zhurnalistiky. – M.: Gumanit. izd. Centr VLADOS, 2002. – 157 str.
- 3 Kazakhstan Respublikasynyn avtorlyk kuyk turaly Zany, 1996 zhyl 10 mausym / adilet.zan.kz saity.
- 4 Zakon Rossiiskoy Federacy o sredstvah massoboy informatcy, 27