

<sup>1</sup>Байгожина Д.О., <sup>2</sup>Балымбетов Б.

<sup>1</sup>журналистика және саясаттану факультетінің PhD докторанты,  
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Астана қ., e-mail: baigozhina777@mail.ru  
<sup>2</sup>2-курс магистранты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

## ТАРИХИ ӨЗГЕРІСТЕРДЕГІ МЕДИАМӘДЕНИЕТ

Мақаланың негізгі мақсаты медиа мен мәдениеттің үйлесімділігіне, бұқаралық ақпарат құралдарындағы мәдениеттің рөлі мен аспектілеріне талдау жасалған. Негізгі нысаны мәдениетті медиатеchnологиялар арқылы жеткізудің кемшіліктері мен артықшылықтарын анықтап, медиамәдениеттің БАҚ-пен өзара байланысын көрсетеді. Әлеуметтегі БАҚ мәдениетінің рөлін айқындап, оның әлеуметтік-моральдық, көркем-психологиялық, интеллектуалдық аспектілері қоршаған ортаны зерттеу кешенінің құралы бола отырып, қарқынды өсіп келеді. Медиатеchnологияның дамып отырған қазіргі заманында БАҚ өзіндік бірыңғай ақпараттық кеңістік ретінде құрып, медиамәдениет қызметінің ерекшелігі медиакеністіктің белсенді қалыптасуына ықпал етуші фактор ретінде қарастырылады. Медиамәдениет – бұқаралық ақпарат құралдарындағы мәдениет тақырыбындағы мәтіндерді талдауға және бағалауға, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жаңа білімдерді игеруге қабілетті тұлғаны дамытудың деңгейлік жүйесі ретінде жұмыс істей алады. Мақалада зерттеушілердің пікірлерін негізге ала отырып, мәдениеттің медиатеchnологиялардың көмегімен насихатталатындығын сипаттайды. Сонымен қатар, ақпараттық кеңістіктегі мәдениет, медиамәдениетті зерттеу үшін түрлі тәсілдер қарастырылады. БАҚ арқылы қоғам мәдениетін, оның жүзеге асу функцияларын айқындаудағы БАҚ-тың факторлары талданды.

**Түйін сөздер:** ақпарат, медиа, медиатизация, медиамәдениет, БАҚ, БҚҚ.

<sup>1</sup>Baigozhina D.O., <sup>2</sup>Balymbetov B.

<sup>1</sup>PhD Doctoral student of the Faculty of Journalism and Political Science,  
L.N. Gumilyov ENU, Kazakhstan, Astana, e-mail: baigozhina777@mail.ru

<sup>2</sup>Master student of the Faculty of Journalism,  
Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

### Mediaculture in historical changes

The main purpose of the article is to analyze the compatibility of the media and culture, the role and aspects of culture in the media. The object of the study is to identify the disadvantages and advantages of culture with the help of media technologies and to demonstrate the relationship of media culture with the media. The role of media culture in society, its social and moral, psychological and intellectual aspects is growing at an unprecedented pace, being a necessary means of developing the society surrounding its social, moral, psychological, moral, intellectual aspects. The article discusses various approaches to creating a unique information space using media media technology, as well as a feature of media cultural activities is considered as a factor contributing to the active formation of the media. Media culture – analyzing and evaluating texts covered on the topic of media in the media, can work as a multi-level system of personal development, capable of mastering new media knowledge through the media. We rely on the understanding of modern scholars who describe the culture as promoted by media technologies. And also in the information space it is considered that the mass media analyzes the culture of society and its implementation of functions.

**Key words:** information, media, mediatization, mediaculture, mass media, mass communications.

<sup>1</sup>Байгожина Д.О., <sup>2</sup>Балымбетов Б.

<sup>1</sup>PhD докторант факультета журналистики и политологии, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Астана, e-mail: baigozhina777@mail.ru

<sup>2</sup>Магистрант факультета журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

### Медиакультура в исторических изменениях

Основной целью статьи является анализ совместимости СМИ и культуры, роль и аспекты культуры в СМИ. Объектом исследования является выявление недостатков и преимуществ культуры с помощью медиатехнологий и демонстрация взаимосвязи медиакультуры со СМИ. Роль медиакультуры в обществе, ее социально-нравственные, психологические и интеллектуальные аспекты приобретают особое значение, являясь необходимым средством освоения обществом окружающего мира. В статье рассматриваются различные подходы к созданию уникального информационного пространства с помощью медиатехнологий СМИ, а также как особенность медиакультурной деятельности, изучаются факторы, способствующие активному формированию медиа. Медиакультура – анализ и оценка текстов, освещающих тему медиа в СМИ, это понятие, которое может работать как многоуровневая система развития личности, способное осваивать новые медиазнания через средства массовой информации. Авторы опираются на разработки современных ученых, которые описывают культуру с помощью медиатехнологий.

**Ключевые слова:** информация, медиа, медиатизация, медиакультура, СМИ, СМК.

### Кіріспе

Ақпарат – шексіз. Ақпарат – шексіздігі жер бетіндегі пенденің айтқан дәлелді сөзі бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен байланысу жолдары арқылы өзге адамдарға таратылып, әлемдік ақпаратқа айналып, ақпарат шексіздігін құрайды. Өртүрлі бағытта өрбиді. Бүгінгі ақпараттық шексіздік кезеңінде шетелдік берілімдерге есік-терезені кең ашып, сандығымызды ақтарып астаудың қажеті шамалы. Мұндағы қауіп – әр ұлттың өзін жоғалтып алмауына, өзгенің қосағында кетпеуі тиіс. Қазіргі жер беті халықтарының бұқаралық ақпарат құралдарынсыз өмір сүре алмайтындығы баршаға аян. Бүгінде бүкіл әлемдегі БАҚ-тың мақсат-мүддесі айқын ғаламат идеологиялық/манипуляциялық күшке айналып барады. Сондықтан БАҚ-тың халықты лезде елітіп, баурап алуға дайын тұрады десек, оның халыққа тигізер әсері қандай екенін саралап беру қиынға соқпайды. Сол рухани өнімдердің сипаты қазіргі адам тәрбиелеу ісіне әсер етіп отыр. Әрине БАҚ-тың халыққа берер жақсысы да, жаманы да бар. Қазақстанның құрылымдық дамуындағы сапалық өзгерістердің бірі – БАҚ-тың дамуы. Бүгінде БАҚ-тың институттану үдерісі тегеуріні жүріп жатыр. Ол аса маңызды көпсалалы, көпқырлы экономикалық-саяси, ақпараттық, мәдени, қоғамды топтастыру және әлеуметтендіру, танымдық және білім берушілік, қоғамдық пікірді қалыптастыру функцияларын атқаратын, демократиялық, азаматтық әр алуандылықты білдіретін институт ретінде түзілуде деп айтуға толық негіз бар. Сонымен қатар БАҚ – саяси-экономикалық, мәдени тұрақты-

лықты бекітудің әлеуметтік инновацияның тегеурінді де, қуатты тетігі. Қазақстандағы қазіргі кезеңде өзінің көп мазмұнды және кең ауқымды функциялары арқылы қоғамдық өмірге етене араласатын БАҚ-тың барлық саланы қамтып отыр. Әр қырынан, әр саладан, әр деңгейден көрінеді. Айтарлық, саяси және әлеуметтік, экономикалық-нарықтық, этносаралық, дінаралық қатынастар, білім, денсаулық, тіл саясаты, төтенше жағдайлар, үлесшілер мүддесі, жарнама, сыртқы-ішкі қатынастар – қазақстандық БАҚ назарынан тыс қалған емес. «Ақпарат – материя немесе энергия емес, ақпарат бұл – ақпарат», – деп тұжырымдайды америкалық ғалым, математик және философ, кибернетика және жасанды интеллект теориясын қалаушы Н. Винер (Винер Н., 1983). Расында да, түрлі дереккөздерден сақталған, қабылданған мәлімдеме. Қоршаған ортамыз туралы ақпарат, тірі ағзалар, жеке адам, техникалық машиналар және түрлі ақпараттық жүйелер, байланыс құралдары арқылы қабылдайтын барлық құбылыстар туралы мәлімет. Р. Нейдердің «Ақпарат – демократияның негізгі валютасы» (Р. Нейдер, 2011), – деген тұжырымын еске алуға болады. Себебі, қазіргі кезде ақпаратты әр адам түрлі бағытпен қабылдап, оны өз бағыттары бойынша таратуда. Ақпараттың өзі шексіз, ал демократия кезінде секунд сайын таратылған ақпаратты бақылауда ұстау қиын. Біз технологияның дамыған заманында өмір сүріп, ақпараттық ортада мен медиабілім қоғамында қалыптасып келеміз. Бүгінгі таңда ақпаратпен жұмыс істеуге негізделген барлық мамандықтардың саны артып келеді. Адамның қабылдайтын, пайдаланатын

ақпараттың сапасы оның өмірінің сапасын ғана емес, бағытында айқындайды. Батыс философы А.Р. Уилсонның «Новая инквизиция» еңбегінде: «Ақпарат: хабарламаның шексіз дәрежесі, жалпы айтқанда ақпарат – сіз естуге дайын, сіз күткен ақпарат ғана емес. Ақпарат «шынайы» әрі «жалған» болуы мүмкін, бірақ әрдайым құпия күтпеген жерден ақпаратқа айналуы мүмкін» (А. Р. Уилсон, 2003) деген пікірі ақпараттың сипаттамаларына сайып келеді. Ғылым мен технологияның қарқынды дамуы жаңа ақпараттық қоғамның, жаңа ақпараттың таралуына әкеледі. Оның ішінде ғылыми ақпараттар әлемдік тәртіп ұғымымызды түбегейлі өзгертіп, әлемді трансформациялауға бағытталған адамның мүмкіндіктері туралы түбегейлі өзгертеді. Ақпараттық кеңістік жергілікті бұқаралық ақпарат тасымалдаушыларынан қалыптасады. Ақпарат бірінші адам санасында қалыптасады, бұл жағдайда бірінші тасымалдаушы санасы. Ал ақпараттық қоғам қалыптастыруда бір адамнан екінші адамға ақпарат тасымалдап, өзінің интеллектуалды қызметін ұйымдастырады. Ақпаратқа сыни көзқараспен қарағанда дұрыс, өйткені ақпараттың қоғамдық пайдалануға берілген ақпараттың дұрыстылығы маңызды шарттардың бірі. Бұқаралық мәдениет құбылысын терең зерттеген Э. Шилздің «Бұқаралық қоғам және оның мәдениеті» деген еңбегінде, екінші дүниежүзілік соғыстан кейін батыс мемлекеттерінде «бұқаралық қоғам» деген термин негізі пайда бола бастады (Э. Шилз, 1972). Бұқаралық қоғам жаһандану үдерісімен тығыз байланысты. Қазіргі күні еліміздегі түрлі мәселелер міндетті түрде бұқаралық ақпарат құралдарында көрініс беріп отыр.

### Негізгі бөлім

БАҚ бағытының бірі – мәдениет. Мәдениеттің рөлі және БАҚ-пен үйлесімділігін талдамас бұрын, мәдениеттің этимологиясына тоқталсақ. Қазақ халқының түсінігінде мәдениет туралы ұғым сонау VII-VIII ғ. Орхон жазба ескерткіштерінен көрініс тапқан. Сол көне ескерткіштерге шексіз далада мүлгіп қалған меңіреу тастарға бүгінде тіл бітірген зерттеушілеріміз, іргелі ел болып қанат жайған түрк халықтарының бақытты ұрпағына тарих шежіресін баян етуде. Жазбада сол кездегі әскери жорықтар, халыққа үндеу, экономикалық жағдай, мәдениеті мен дәстүрлері, ата-тегі жайындағы әңгімелер тасқа қашалып жазылған. Әбу-Насыр әл-Фарабидің 948 жылы Мысырда жарыққа шыққан «Қайырымды қала тұрғындары» кітабында ішкі-сыртқы саясат,

адамдардың бір-біріне деген қайырымдылығы, тәрбие мәселесі, жалпы мәдениеттілікке жету жолдары сипатталған. Ендігі бір туынды – Жүсіп Баласағұнның 1070 жылы жазып бітірген «Құтты білік» туындысы. Әлемдік әдебиет пен мәдениет тарихында «Құтадғұ білік» кітабы өз заманында Ата заң (Конституция) қызметін атқарған, сонымен қатар біртіндеп халықтың ислам дініне келуі, орта ғасыр дәуірінің ғылым, түрлі қоғамдық топқа жататын адамдар арасындағы қатынас, мәдениет, әдептілік мәселелері көтеріледі. Сондай-ақ әлеуметтік мәртебесі әрқилы қоғам мүшелерінің мінез-құлық ережесі, басқарушы мен бағынушы арасындағы қатынас, салауатты/сауатты өмір сүру үшін және қоғамның әдептілік ұстанымдарын сипаттаған. Мұхаммед Хайдар Дулатидің «Тарихи Рашиди» атты кітабында Орталық Азия халықтарының XIII-XVI ғасырдағы тарихы, этнографиясы мен географиясы, әдебиеті мен мәдениеті жайлы баяндалған классикалық тарихи шығарманың бірі. Яғни, аталған шығармаларды бәрі орта-ғасырлардағы мұсылман мәдениетінің өркендеу кезеңінде қалыптасқан түсініктермен байланысты. Цицеронның еңбектерінде бұл сөздің мағынасы «жанды жетілдіру» деген ұғымды білдірді. Уақыт келе еуропалық тілдерде мәдениет сөзі «даму», «сыйлау», «қабілеттілік», «сауаттылық» сияқты мағыналарға ие бола бастаған (Борев В., Коваленко А., 1986). Яғни, мәдениет – адамның сауат ашудан бастап, тазалыққа ережелері және өзінің өзгемен қарым-қатынасына дейінгі жасалған іс-әрекеттер. Мәдениет әртүрлі әлеуметтік топтардың, құрылымдардың, ұлттардың, жеке адамдардың өмір сүру жағдайына, талабына байланысты қалыптасады. Неміс философы, мәдениет теоретигі, ағартушы И.Г. Гердер: «Салт-дәстүр – тіл мен мәдениет бастауларының анасы», – деген (Гердер И.Г., 1977). Ақпарат дәуірі аталатын бүгінгі заманда мәдениеттің олар орны ерекше. Дәстүрлі медиа (телеарна, радио, мерзімді басылымдар) мен жаңа медиа (әлеуметтік желілер, блогтар, жаңа технологиялар) мәдениет ерекше рөл атқарады, адамдар арасындағы коммуникациялық мәдениетті қалыптастырады. Осыған байланысты америкалық антрополог, кросс-мәдениет зерттеушісі Э. Холлдың «Culture as Communication» («Культура как коммуникация») атты кітабында: «Мәдениет дегеніміз – коммуникация, коммуникация дегеніміз – мәдениет», – деп тұжырым жасаған (Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П., 2003). Әлеуметтік-мәдени даму үрдісі тікелей бұқаралық

коммуникация арналары арқылы байланысады. Бүгінгі телеарнадағы телебағдарламалар, сөз мәдениеті, экран мәдениеті, жүргізуші мәдениеті көрерменге бейнелік-аудиолық әсер етсе, радионың күші сөз күдіреті мен әуендік мәдениетке байланысты. Тіптен, мерзімді басылымдардың өзінде медиамәдениет сақталуы тиісті, жарияланымдардағы фотосуреттер, фото-репортаждар оқырманның психологиясына әсер ету факторлары мен мәтінге үйлесімділік табуы керек. Қазіргі таңда, жаңа медиадағы мәдениет коммуникация жүйесіндегі жаңа бағыт ретінде зерттеліп жатыр. Мәдениет – қазіргі адамдардың екінші табиғаты, өзін таныстыру факторлары. Мәдениет категориясы – өзін-өзі жүзеге асыратын бағыт, әлеуметтік өзара әрекеттесу мен мінез-құлықтың реттелуі. Кез келген хабарлама сияқты мәдени қарым-қатынаста циклдікке ие: хабарлама жасаушыдан (идея) микрооптарға одан бұқаралық коммуникация құралдары арқылы (мерзімді басылым, фильм, телебағдарлама және т.б.) макротоптарға немесе тұтастай қоғаммен ықпалдасады. Коммуникациялық тәсілді қолдана отырып Ю.М. Лотман мәдениет динамикасы туралы былай жазды: «Бірде-бір мәдениет тілмен ғана қалыптаспайды. Минималды жүйе параллель тілдердің жиынтығын құрайды. Мысалы, ауызша және графикалық». Болашақта мәдениеттің динамикасы семиотикалық коммуникациялардың жиынтығын көбейтуді қамтиды. Коммуникацияның әрекеті бір адамнан санасынан келесі адам санасына дейін өздігінен хабар беру ғана емес, сонымен қатар «менің» ойымнан/тілімнің кейбір мәтінінен «сіздің» тілге аудару ретінде қызмет атқарады (Лотман Ю.М., 1998). Ал, В.Ю. Боров және А.К. Коваленко өз жұмыстарында мәдениеттегі бұқаралық қарым-қатынастарды әлеуметтік қажеттіліктермен байланыстыратын объективті тарихи мұра ретінде қарастырады және адамның әлеуметтенуіне және мәдениеттіліктің артуына үлес қосады деп есептейді (Боров В., Коваленко А., 1986). Заманауи коммуникациялық құралдарын талдау В.И. Михалковичтің «Бұқаралық коммуникация құралдарының көрнекі тілі» кітабында келтірілген. Автордың айтуынша, жаһанданған заманды мықты ақпараттық ағымдарсыз әлемді елестету мүмкін емес, – дейді (Михалкович В., 1986).

Барлық зерттеушілердің тұжырымына сәйкес: мәдениет тарихы тактильді және ауызшадан жазбаша және дыбысты-бейнелілікке дейін коммуникация түрлерінің барлығымен үйлесімді. Адамдармен байланыса отырып, коммуникация құралдары бүкіл даму кезеңінде

қабылдаушылардың психологиялық қажеттілігін динамикалық түрде іске асыруға тырысты. Кез келген өркениетті қоғам, кез келген дамудың сатысына қарамастан, ойлап шығарған технологиялық әдістер адамға шығармашылық үдерісінде сөйлесуге және эмоцияларын білдіруге деген талпынысын жоққа шығара алмайды. Әр дәуір жаңа мәдениеттің жетекші формаларын қалыптастырады, әр қоғамның қызығушылықтары және қажеттіліктерді тиімді қанағаттандырады, яғни утилитарлы функциялардың тұрғысынан, олардың әлеуметтік бағасымен де ең қолайлы болып табылады. Бұндай жағдайда әлеуметтік баға коммуникацияға балама болып табылады, өзара түсіністік пен қоғам мүшелерін біріктіру деңгейіне тең келеді.

Сонымен қатар, медиамәдениет термині – мәдениеттану теориясындағы заманауи ұғым, ақпараттық қоғамдағы мәдениеттің ерекшелігін, ақпаратпен ықпалдастығын белгілеу үшін енгізілді. Атап өту керек, отандық мәдениеттану және әлеуметтануда «бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ)», «бұқаралық коммуникация құралдары (БКҚ)» сияқты ұғымдар жиі кездеседі, ал батыс зерттеулерінде «масс-медиа» термині қолданылады.

Медиа (латынның «media», «medium» – құрал, байланыстырушы деген мағына білдіреді) – ХХ ғасыр термині, алғашында «бұқаралық мәдениеттің» кез келген көрінісіне сілтеме жасалды, сондықтан зерттеушілер жаңа терминологияны қолдану арқылы мәдениет тарихы мен теориясын қайта қарау мүмкіндігіне ие болды. ХХ ғасыр өнері (постмодерндік және феминистік сынның ықпалымен) өнер мифін көркем шығармашылықтың дербес саласы ретінде қарастырды, бұл өнер және оның идеалдары қоғамдағы басым идеологиямен, әлеуметтік мифтермен, көркемдік қызметінің экономикалық жағдайымен тығыз байланысты екенін сипаттады. Осылай өнертану мәдениеттану мен әлеуметтің мәдениетімен жақындай түсті.

Батыста медиамәдениет феноменін зерттеуге Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямин, М. Фуко, Ж. Деррида, Ж. Делёз, Г. Дебор, Г. Маркузе, Т. Дж. Митчелл, К. Силверман, Ж. Бодрийяр, Г. Полок, М. Маклюэн және т.б. өз үлестерін қосты.

Канадалық ғалым, публицист Г.М. Маклюэн бүкіл мәдениет тарихын, медиа мен мәдениеттің үйлесімділігін қайта қарастырған, алғашқы медиа теоретиктерінің бірі болып саналады. Ол өзінің зерттеулерін мәдениет саласындағы комму-

никация арналарын талдауға арнаған, адамның күнделікті өмірін ақпараттық қоғамдағы, әлемдегі ең жаңа БАҚ арқылы зерттеген. Өртүрлі байланыс құралдарына сілтеме жасау үшін, алғаш рет «медиа» терминін қолданған – Г.М. Маклюэн.

М. Маклюэн өзінің ғылым жолын ХХ ғасырдың ортасында бастаған. Мәдениетке заманауи көзқарас мәтіндік қорытындыға екпін түсіруді қажет етті, сондықтан М. Маклюэннің қызығушылығы медиадағы тілге, риторикаға және поэтикаға кездейсоқ емес. Бұқаралық мәдениетке деген қызығушылық қоршаған ортаға жағымды әсер етті. Америка өткен ғасырдың басында жаңа әлемнің гипнозында болды, киноматография әлемі, комикстер, жарнама, поп-музыка – символдар мен ақыл әлемі, адамдардың құмарлықтары мен тілектерінің керемет хаосы болды. М. Маклюэн жаңа медиадағы мәдениетті зерттей түсті.

Адам қабілеттеріндегі техникалық экстерриоризацияны метафора ретінде қабылдады: «Барлық бұқаралық коммуникация – белсенді метафоралар». Өзге метафоралар сияқты, олар әлемді қайта жазады. Медиа тілі, басқа тілдер сияқты бұл – технология. Адамдар кейбір жағдайда құралдардың ықпалын сезіне бермейді, себебі ол әлемге артқы көрініс айнасы арқылы қарайды: жаңа құралдар ескі құралдардың жалғасы ретінде қабылданады (Маклюэн М., 2003).

Медиа туралы, медианың өзге салалармен ықпалдасу туралы С. Жижектің зерттеулерінен көруге болады. С. Жижек медианы түрлі мысалдарда зерттейді. «Киберкеңістік немесе күнделікті төзгісіз жабықтық» атты мақаласында ол виртуалды шындық туралы жазады, қазіргі заманауи мәдениетті жалпы медиатизация контексінде қарастырады. Медиамәдениеттің ықпалына түскен адам, өзі де жаңа медианың өнімі болады, – деп тұжырымдайды. Медиатизацияланған денеде сана да өзгереді. Медиатизация терминін түсіндіруде С. Жижек «The Art of motor»: «Медиатизация тұжырымының қажетті түсінік» атты жұмыстағы Пола Вирильоның теориясын қолданады. Бастапқыда бұл тұжырымдама тақырыпты шешуге тікелей және дереу құқығынан айырылған қимылдың пайда болуын білдіреді. Саяси медиатизацияны Наполеонның әрекеттерінен көруге болады, ол жаулап алынған монархтарда билікті көрінісін қалдырды, алайда олардың мүлдем билікпен қолдануда мүмкіндігі болмаса да (Жижек С., 1998).

### Нәтиже

Медиа – БАҚ-тың және бұқаралық коммуникацияның жай ғана жүйесі емес. Бұл кез кел-

ген мемлекеттің басты қолдауына айналатын мәдени-ақпараттық монополиалар жүйесі – өте нақты және беделді «матрицаны» жасырып жатқан өте белгісіз тұжырым. Бүгінгі медиамәдениет ақпараттық ағынның қарқындылығымен қоғамды тәрбиелейтін ұғым (бірінші кезекте, аудио-визуалды: теледидар, кино, бейне, компьютерлік графика, Интернетке шығу). Бұл адамның әлеуметтік, моральдық, психологиялық, көркемдік, интеллектуалды аспектілерінде қоршаған әлемді түсіну құралы. Осы айтылғандарға сүйене отырып, біз бұл құбылысқа келесідей анықтама беруге құқылымыз: «Медиамәдениет – бұл қоғамдық сананың қалыптасуына және жеке тұлғаны әлеуметтендіруге ықпал ететін мәдени және тарихи даму барысында жұмыс істеген ақпараттық-коммуникативтік құралдар жинағы». Медианың барлық түрлері (аудиовизуалды, баспа, көрнекі, аудиовизуалды) ақпаратты тарату мәдениетін және оны қабылдау мәдениетін қамтиды; медиамәдениет – бұқаралық ақпарат құралдарындағы мәтіндерді талдауға және бағалауға, бұқаралық ақпарат құралдарының шығармашылығымен айналысуға, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жаңа білімдерді игеруге қабілетті тұлғаны дамытудың деңгейлік жүйесі ретінде жұмыс істей алады. Бұқаралық ақпарат құралдарының дамуы өркениеттің эволюциясы тұрғысынан табиғи болып табылатын, тарихи тұрғыдан реттелетін процесс екенін есте ұстаған жөн.

Ақпараттық-семиотикалық тұрғыдан алғанда медиамәдениет үш негізгі аспектілерді білдіреді: артефактар жүйесі ретінде (латынның *arte* – жасанды және *factus* – жасалынған), символдар мен белгілер жүйесі. Ал Ю.М. Лотман коммуникацияның мақсатына қызмет ететін барлық жүйе, тіл ретінде анықтама беруі мүмкін деп тұжырымдайды. Ю. Лотман өнер туындысындағы тілді зерттеудегі лингвистика әдістерін қолдана отырып, кез келген мәдени құбылысты мазмұнында ақпарат және мағынасы бар мәтіндер ретінде дәлелдеді (Лотман Ю.М., 1998). Ю.М. Лотманның көзқарасы бойынша «мәтін» – заманауи медиамәдениет тұрғысынан тек ғана жазбаша хабарламаларды білдірмейді (кітап, газет немесе журналды мақала), кез келген ақпарат тасымалдаушы, – деп тұжырымдайды. Мысалға, кино, теле немесе бейнефильм, телебағдарлама немесе бейнебаян, Интернет сайт және т.б.

Медиамәтін жаппай коммуникацияның барлық жүйесі сияқты өзіндік эволюциялық тарихы бар. Мысалы, М. Маклюэннің адамзат

өркениетінің тарихында нышандары бар, демек медиамәдениеттің тарихы да төрт кезеңді ерекшелейді: 1) жазуға дейінгі варварлық кезең; 2) фонетикалық жазудың мыңжылдығы; 3) Губенберг галактикасы – бес жүз жылдық баспа техникасы; 4) Маркони галактикасы – қазіргі заманғы электрондық өркениет. Бесінші пункт ретінде М. Кастельстің «Интернет галактикасын» қабылдауға болады. Сонымен, медиамәдениеттің спецификасы – белгілер және белгілердің жиынтығы («мәтіндер»), онда әлеуметтік ақпарат «шифрланған», яғни мазмұны, мағынасы, ойы енгізілген. Бұдан тұжырымдайтынымыз, мәдениеттің осы немесе басқа феноменін түсіну – оның көзге көрінбейтін субъективті мағынасын «оқып беруді» білдіреді. Тек қоғамның мінез-құлқын, өркениетін білдіретін маңызды мәтін мәдениет фактісі болып табылады. Егер жазу мәдениетінде негізгі жүйелі белгілері ретінде әріп және сөз болса, аудиовизуалды мәдениеттің алғашқы кірпіші кадр қабылданады. Кадрлық мәдениетті фотографиялық, кинематографиялық және телевизиялық формамен ажыратуға болады. Фотографиялық мәдениет шынайы оқиғаның дереу әсерін беретін фотокамераны қолданумен байланысты. Кинематографиялық кадр мәдениеті «монтаж ұяшығы» ретінде пайдаланады, бұл оқиғаның тікелей әсерін жеткізіп қана қоймай, оның мағынасын ашуға мүмкіндік береді. Теледидарлық кадр мәдениеті оқиғалармен байланыстырады, онда көрермен тікелей «оқиғалардың ағынына» қосылысады.

#### Ойтолқы

Кино кадрдың бейнелік әлеуетін түсіну, монтаждың элементі ғана емес, оның жасушалары ретінде қарастыру керек (С. Эйзенштейн). Кейіннен бұл шындықтың жаңа көрінісіне барынша сәйкес келетін, лезде түсірілім эстетикасын қолдану арқылы таратылатын бейнелі ойлаудың жаңа әдісін қалыптастыруға әкелді. Кадрдың әмбебап тілдік мүмкіндіктерін пайдалана отырып, өнер мен ғылым аясын, беллетристика және «ағымдағы тарих» аясын, шығармашылық және бұқаралық қарым-қатынас аясын түйістіре аласыз, – деп тұжырымдайды Г.К. Пондопуло (Пондопуло Г.К., 1983).

Фотосуреттің жалпы тілдік белгілері, кино мен телеарнада өзінің бастапқы кірпіші кадрдың әмбебаптығымен ғана емес, оқиғалығымен маңызды. Әрине, кадрдың әмбебаптық белгісі фото, кино, телеарналық шығармашылықта кеңінен пайдаланып, көркемдік бейнелеу ерекшеліктері, драмалық көрініс, бейнелі әңгіме элементі де қолданылады. Бұл процесс оқиғалық

деп айқындалады, медиамәдениетті дәстүрлі, классикалық мәдениеттен ерекшелендіреді. Медиамәдениет тұтастай мәдениет сияқты функционалдық құбылыс. Бұл әлеуметтік жүйеде ерекше рөл атқаратындығын білдіреді. Мәдениет функциясының классификациялануы көптеген әлеуметтанушылар, философтар, мәдениеттанушылардың көптеген еңбектерінде сипатталды. Қазіргі кезде бұқаралық ақпарат құралдары мәдениетті сипаттайтын, әлеуметтік жаңғыруда маңызды факторға айналды. *Ақпараттық функциясы*. Бастапқы функциялардың бірі – ақпараттық функция, өйткені бұқаралық ақпарат құралдары ақпараттық процестің ерекше түрі. Медиамәдениет ақпараттық-коммуникациялық құралдар жиынтығы болғандықтан, біз мәдениетті тасымалдаушы болып табылатын әлеуметтік ақпаратпен айналысуымыз керек. Қоғамдағы медиамәдениеттің ықпалымен әлеуметтік ақпараттың жинақталуы мен көбеюі мүмкін болады. Ю.М. Лотманның айтуынша, қоғамның генетикалық естелігін сақтау немесе «мәдениет бұл – естелік» (Лотман Ю.М., 1994). Медиамәдениеттің ақпараттық функциясының рөлі соңғы онжылдықта компьютерлік техниканың арқасында күшейе түсті, заманауи медиамәдениет қоғамды ақпараттандырудың кепілі болып табылады. Сондай-ақ, медиамәдениеттің ақпараттық компонентін семиотикалық байланыстан тыс елестету қиын, бұдан келесі анықтаманы тұжырымдауға болады: медиамәдениет – адамдардың және символдық белгілер (құралдардың) ықпалымен сақталынған және жинақталатын әлеуметтік ақпарат (Кармин А.С., 2001). *Коммуникативті функция*. Бұл функцияны зерттеушілер ақпаратпен тығыз байланыстырады. Медиамәдениеттегі коммуникациялық функцияның мәні: билік пен қоғам, түрлі мемлекеттер, халықтар, әлеуметтік топтар, мүмкіндігі шектеулі адамдар және т.б. арасында қарым-қатынас әрекеті. Бұл диалогтық мәдениеттердің күшті катализаторы ретінде әрекет етуге мүмкіндік беретін бұқаралық ақпарат құралдарының коммуникативтік функциясы, соның арқасында тарихи-философиялық және тарихи-әдеби тұрғыда мәдени ақпарат алмасып, әлеуметтік прогресті күшейтеді. Коммуникацияның формалары мен тәсілдерінің дамуы, адамзаттың мәдени қызметіндегі ең маңызды аспекті. Оның дамуымен қоғам түрлі ақпаратпен алмасуға кең мүмкіндіктер ие болды, бастапқы барабан сигналдарынан заманауи спутниктік теледидание және компьютерден ақпараттандырылады. Баспа (жазбаша) мәдениет адамдарға

ғасырлар мен қашықтықты еңсеріп, уақыт пен кеңістікте қарым-қатынас жасауға мүмкіндік береді. Бүгінгі күні медиамәдениеттің ғылыми және күнделікті қарым-қатынаста кең таралған түрі – бұқаралық коммуникация құралдары (БҚК). Бұқаралық коммуникация құралдары – баспа, визуалды және аудиовизуальды БАҚ-тардың кең ауқымды жүйесін қамтитын ұғым. Бұқаралық коммуникацияның дамуындағы қуатты фактор – кез келген ақпаратты компьютерлік және интернет желілерімен байланысуын қамтамасыз ету. Қазіргі жағдайдағы парадокс бұқаралық ақпарат құралдары арқылы қарым-қатынас массасының үлкендігі, әлеуметтік-мәдени және психологиялық мәселелердегі байланыстың болмауы. *Креативтік функция.* Медиамәдениеттің тағы бір іргелі функциясы – әлемді, қоршаған ортаны, мекендеу ортасын дамыту және трансформациялау. Бұқаралық коммуникация құралдары арқылы алынған ақпараттың көмегімен адам өзінің әлем туралы білімдерін кеңейтеді, оны әртүрлі көзқарастардан: философиялық, моральдық, экономикалық, эстетикалық, заңды және т.б. түсінеді; сондай-ақ қызығушылығы, айналасындағы әлемде өзін білуге деген ұмтылысы, табиғат пен адам өмірінің құпиясына ену. Медиамәдениет жеке тұлғаның «тікелей тәжірибесі» шекарасын кеңейтіп, идеологиялық көзқарастарға және жеке тұлғаны қалыптастыруға әсер етеді. Медиамәдениеттің шығармашылық қызметі адамға қазіргі өмірде, қоршаған ортаға бейімделуге, көптеген сұрақтарға жауап алуға, түрлі қарама-қайшылықтар мен катаклизмдерге дайын болуға мүмкіндік береді. Бұл үдеріс оқыту мен тәрбиеге ғана емес, сонымен бірге медитацияға, өйткені ол адамның өзіндік сезімін қалыптастыруға, оның өмір сүруіне және жасалуына қалыптасуына ықпал етеді. *Аралық (делдалдық) функция.* Әлеуметтік құрылымдар арасындағы байланыс орнату медиамәдениеттің әлеуметтік делдал ретінде рөлі зор. Бұл тұрғыда медиамәдениет қоғамды басқару құралы ретінде ерекше маңызға ие. Рейн газетінің редакциялаған К. Маркс әлі де мемлекет құрылымы мен билеушілер арасында өтетін «үшінші элемент» ретінде баспасөздің маңыздылығына назар аударды. Оның пікірінше, екеуі де (билік пен қоғам) «еркін баспасөзде» пайда болған мәселелерді бірдей шешу керек, «мем-

лекет азаматының басшысы және азаматтық жүрепкен» деген пікір білдірген (Маркс К., Энгельс Ф., 1978). Осыған байланысты БАҚ өкілдері бұрынғы үш заң шығарушы, атқарушы және сот сияқты қуатты функциялары бар «төртінші билік» болып табылады. Жер шарының барлық бұрыштарындағы адамдарға ақпараттың әсері туралы Э. Тоффлер «Билік метаморфозасында» (Тоффлер Э., 2003) атты еңбегінде сипаттаған.

### Қорытынды

Медиамәдениет мәдениеттің басқа түрлеріне қарағанда әлеуметтік-басқарушылық функциясын орындайды. С.М. Гуревичтің пікірімен келісуге болатын шығар, «бұқаралық ақпарат құралдары тек билікті емес, өте маңызды, қоғамдық пікірді білдіретін және нақты билікке әсер ететін, тіпті мүмкіндіктерін шектейтін», – деп мәлімдейді (Гуревич С.М., 2004). Бұл жердегі тұжырым: медиамәдениет – қоғам мен мемлекет арасындағы, қоғам мен билік арасындағы делдал. Бұқаралық ақпарат құралдарының делдалдық функциясы демократия мен плюрализм, саяси еркіндік және жариялылық қағидаттарына негізделген азаматтық қоғамды қалыптастыру кезінде күшейтіледі.

Медиамәдениетті модернизм дәуірінің феномені ретінде қарастыра отырып, медиамәдениет техникалық революция мен қазіргі заман мәдениетінің синтезі болып табылады. Индустриалды қоғамдағы медиаинновация құралдарының арасында «бұқаралық» баспасөз, фотосурет, телеграф, радио, кино ерекшеленеді. ХХ ғасырдағы бұқаралық мәдениет тек әлеуметтік модернизация факторы ғана емес, сонымен қатар мифтік шығармашылықтың негізі. Бұл үдеріс тоталитарлық идеологияларда коммунистік және фашистік тепе-теңдік кезеңінде айқын көрінеді. Миф тарихи-саяси билік құрал бола отырып, баспасөз, кинематография, телевизия мифологиясын құрайды. Медиамәдениет – тарихи даму процесінде адамзат әзірлеген ақпараттық және коммуникациялық құралдардың мәдени ақпараттық жиынтығы; бұқаралық ақпарат құралдарында материалдық және интеллектуалды құндылықтар үйлеседі, қоғамның қалыптасуы үшін тарихи негізделген жүйе.

Әдебиеттер

- Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине; или Кибернетика и общество / 2-е издание. – М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. – 344 с.
- Нейдер Р. Горячий айсберг. – М., 2011.
- Уилсон А.Р. Новая инквизиция. электронды баспа royallib.com., 2003.
- Шилз Э. Общество и общества: макросоциологический подход// Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – М.: Прогресс, 1972. – С.341-359.
- Борев В., Коваленко А. Культура и массовая коммуникация. – М.: Наука, 1986. – С.301, стр. 215.
- Гердер И.Г. Идеи к философии истории человечества. – М., 1977. – С.703, стр. 252.
- Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. – М.: Юнити-Дана, 2003. С. 253, стр. 54
- Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб.: Искусство, 1998. – С. 653, стр.115.
- Борев В., Коваленко А. Культура и массовая коммуникация. – М.: Наука, 1986. – С.301, стр. 115.
- Михалкович В. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. – М.: Наука, 1986. – с. 222, стр. 3.
- Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М. – Жуковский: Канон-пресс-Ц, 2003. – С. 464, стр. 356.
- Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия. // Искусство кино, 1998, № 1. – С. 125.
- Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб.: Искусство, 1998. – С. 653, стр.19
- Пондопуло Г.К. О взаимодействии художественных, научных и технических моментов в фото, кино и телевизионном творчестве // Философско-эстетические проблемы киноискусства. – М., 1983. – С. 199, стр. 95.
- Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. – СПб, 1994. – С. 496, стр. 8.
- Кармин А.С. Культурология. – СПб.: Лань, 2001. – С. 464, стр. 24.
- Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения, Том 1, 1978. – С. 415, стр. 206.
- Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: издательство АСТ, 2003. – С. 669, стр. 358
- Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 288, стр.13.

References

- Viner N. Kibernetika, ili upravleniye i svyaz' v zhitvotnom i mashine; ili Kibernetika i obshchestvo/ 2-ye izdaniye. – M.: Nauka; Glavnaya redaktsiya izdaniy dlya zarubezhnykh stran, 1983. – 344 s.
- Neyder R. Goryachiy aysberg. – M., 2011.
- Uilson A.R. Novaya inkvizitsiya.– www.royallib.com., 2003.
- Shilz E. Obshchestvo i obshchestva: makrosotsiologicheskiy podkhod// Amerikanskaya sotsiologiya: perspektivy, problemy, metody. M.: Progress, 1972, s.341-359
- Borev V., Kovalenko A. (1986) Kul'tura i massovaya kommunikatsiya [Culture and mass communication]. – Moscow.: Science, vol. 301, p.215.
- Gerder I.G. (1977) Idei k filosofii istorii sheloveshstva [Ideas for the philosophy of the history of mankind] – Moscow.: Science, vol. 703, p. 252.
- Gruweviskaya T.G., Popkov B.D., Sadohin A.P. (2003) Osnovyi mejkul'turnoy kommunikatsiyi: ushebnik dlya vuzov [Basics of Intercultural Communication] – Moscow.: Unity-Dana, vol. 253, p. 54.
- Lotman U.M. (1998) Ob isskustve [About art]. – SPb.: Art, vol. 653, p. 115.
- Borev V., Kovalenko A. (1986) Kul'tura i massovaya kommunikatsiya [Culture and mass communication]. – Moscow.: Science, vol. 301, p.115.
- Mihalkovich B. (1986) Izbiratel'nyi yazik sredstv massovoi kommunikatsiyi [Fine language of mass communication]. – Moscow.: Science, vol. 222, p.3.
- Makluen M. (2003) Ponymanie media: vneshnye rasshirenie sheloveka [Media Understanding: external extensions of a person.] – Moscow.: Jukovskii: Canon-press-C, vol. 464, p. 356.
- Jijek S. (1998) Kiberprostranstvo, ili Nevinosimaya zamknutosť bitiya [Cyberspace, or the Intolerable Closedness of Being] // Art of cinema, № 1. – p. 125.
- Lotman U.M. (1998) Ob isskustve [About art]. – SPb.: Art, vol. 653, p. 19.
- Pondopulo G.K. (1983) O vzaimodeystvii hudojstvennih, naushnih i tehicheskikh momentov v foto, kino i televizionnom tvorstve [On the interaction of artistic, scientific and technical moments in photography, film and television creativity] // Philosophical and aesthetic problems of motion picture art. – Moscow, vol. 199, p. 95.
- Lotman U.M. (1994) Besedi o russkoi kul'ture [Conversations about Russian culture] – SPb., vol. 496, p. 8.
- Karmin A.S. (2001) Kul'turologiya [Culturology] – SPb, Lan', vol. 464, p. 24.
- Marks K., Engel's F. (1978) Soshineniya [Compositions], part 1, vol. 415, p. 206.
- Toffler E. (2003) Metamorfozi vlasti [Metamorphoses of power] – Moscow.: publishing AST, vol. 669, p. 358
- Gurevish S.M. Gazeta: vshera, segodnya, zavtra (2004). – Moscow.: Aspect press, vol c. 288, p.13.