

Сұлтанбаева Э.С.,
Дауренбекова А.А.

**Медиамадениет
коммуникация жүйесіндегі
жаңа бағыт ретінде**

Мақаланың негізгі нысаны жаһандық медиаортаның социумға әсер етуі, медиамадениеттің БАҚ-пен өзара әрекеттестігі. Қоғамдағы БАҚ мадениетінің рөлі және оның әлеуметтік, интеллектуалдық, моральдық, көркем-психологиялық аспектілері әлемді барлау кешенінің құралы бола отырып, қарқынды өсіп келеді. Ғылым мен техника шарықтап дамып отырған қазіргі заманда бұқаралық ақпарат құралдары әлемнің бірыңғай ақпараттық кеңістігін құрып, медиамадениет қызметінің ерекшелігі медиаортаның белсенді қалыптасуына әсер етуші фактор ретінде талданады. Мақала ақпараттық қоғам, жаңа медианың шынайылық процестер тұрғысында БАҚ-ты зерттеу үшін әр түрлі тәсілдер қарастырылады. БАҚ мадениетін, оның жұмыс істеуінің ерекшелігін, мемлекеттің жаңғырту және медиа саясатын белсенді түрде қалыптастырудағы БАҚ-тың факторларын талдау. Medialogia ақпараттық коммуникативтік басқару жүйесін біріктіретін менеджмент жүйесі сияқты жаңа кешенді гуманитарлық ғылымды зерттеудің қажеттілігін алға тартады.

Түйін сөздер: БАҚ, мадениет, бұқаралық мадениет, медиа, медиалогия, медиабілім беру, медиакеністік, ақпараттық қоғам.

Sultanbaeva Je.S.,
Daurenbekova A.A.

**Mediaculture az anew direction
of communication system**

The object of the article is is a global media environment and its impact on society. The role of the media culture in the society is growing unprecedented pace, being a complex means of human exploration of the world in its social, intellectual, moral, artistic, psychological aspects. The article discusses various approaches to the study of media in the context of the new mediareality due processes of the Information society. Analyze media culture, the specificity of its functioning, the factors affecting the formation of the active media environment and modernization of the state government on media policy. Of particular interest is the analysis of the media management as an integrated information and communications management systems, as well as the study of a new integrated humanities – medialogia.

Key words: media culture, popular culture, media, MASS MEDIA, media education, mediaspace, information society.

Султанбаева Э.С.,
Дауренбекова А.А.

**Медиакультура как новое
направление в системе
коммуникации**

Объектом исследования статьи являются глобальная медиасреда и ее влияние на социум. Роль медиакультуры в обществе растет невиданными ранее темпами, являясь комплексным средством освоения человеком окружающего мира в его социальных, интеллектуальных, нравственных, художественных, психологических аспектах. В статье рассматриваются различные подходы к изучению медиа в контексте новой медиареальности, обусловленной процессами развития информационного общества. Анализируется медиакультура, специфика её функционирования, факторы, активно воздействующие на формирование медиасреды, государственной модернизации и на медиаполитику государства. Особый интерес представляет анализ медиаменеджмента как интегрирующей системы управления информационно-коммуникационной сферой, а также исследование новой комплексной гуманитарной науки – медиалогии.

Ключевые слова: медиакультура, массовая культура, медиа, медиалогия, медиаобразование, медиaprостранство, информационное общество.

**МЕДИАМӘДЕНИЕТ
КОММУНИКАЦИЯ
ЖҮЙЕСІНДЕГІ ЖАҢА
БАҒЫТ РЕТІНДЕ**

Мәдениет туралы ұғымды сөз еткенде ең алдымен сол елдің бүтін болмысын айқындайтын мәдени құндылықтарға назар аударамыз. «Мәдениет» ұғымына түсінік беру үшін ең алдымен бұл сөздің этимологиясына, яғни осы күрделі ұғымды білдіретін сөздің шығу тегіне тоқталуды жөн көрдік. Қазақ тіліне бұл термин арабтың «маданият» – қала, қалалық деген сөзінен енген. Бұл ортағасырлардағы мұсылман мәдениетінің өркендеу кезеңінде қалыптасқан түсінікпен байланысты. Көне заманда «культура» деген ұғым «жерді өңдеу» деген мағынаны берген. Кейінірек Цицеронның еңбектерінде (б.э.д. 45 жыл) бұл сөздің мағынасы тереңдеп, «жанды жетілдіру» деген ұғымды білдірді. Уақыт өткен сайын еуропалық тілдерде мәдениет сөзі «білім беру», «даму», «қабілеттілік», «құрметтеу» сияқты мағыналарға ие бола бастады [1].

Халықтың болашағы білікті ұрпағы. Ал ұлттық рухта, жоғары мәдениетте тәрбие беру кез келген коммуникация құралдарының қызметі, міндеті, мұраты. Олай болса коммуникация мен адамдар арасындағы аралас-құраластық қарым-қатынасы мәдениеттің маңызды бөлігі. Олардың маңыздылығы сонша, көп жағдайда мәдениетті коммуникациямен теңдестіру көптеп кездеседі. Осыған байланысты Э. Холл мәдениет дегеніміз коммуникация, ал коммуникация дегеніміз мәдениет деп тұжырым жасаған [2].

XX ғасыр мәдениеті (соның ішінде әсіресе батысеуропалық мәдениет) даму барысында өзіндік тұрақты бағдарларынан айырылып қалып отыр. Бұл күрделі мәселе төңірегінде талай ғалымдар өз пікірлерін білдіріп келеді. Мысалы, канадалық әлеуметтанушы, мәдениеттанушы М. Маклюэннің айтуы бойынша, мәселенің түп-түркіні ақпарат алмасу құралдарында жатқан көрінеді [3].

М. Маклюэн әлеуметтік-мәдени даму процесін тікелей ақпарат алмасу құралдарының өзгерістерімен байланыстырады да, дискреттік идеяға мәдени дамудың континуалды идеясын қарсы қояды. Ол 60-жылдардың басында-ақ адамзат тарихындағы мәдени кезеңдердің тікелей негізгі ақпарат құралдарының өзгерісіне байланыстылығы туралы мәселені көтерген болатын. «Мәселенің бәрі – ақпарат құралдарында!» – бұл М. Маклюэннің осы аттас еңбегінде айтылған тезисі [3].

Ал көне замандардан, Демокрит дәуірінен билікті қарапайым халықтың бақылай, қадағалай алуы жайлы демократиялық құндылықтар қашан да қай заманда болмасын шешімі табылмаған күрделі мәселе күйінде қалып отыр. Сондай-ақ, қоғамдық-саяси мәдениет биліктің маңызды контрагенті ретіндегі мәні көне дәуірде белгілі болды. Ежелгі грек философы Протогор бүкіл қоғамның бұқаралық пікірі туралы айтады. Оның ойынша, жалғаннан шындықты ажырату үшін бұқаралық пікір қажет. Азаматтық қауымнан ол рухани-құқықты күштердің дереккөздерін іздей отырып, әлеуметтік шаралардың мүмкіндігін атап өткен болатын [4].

Бұл орайда үнемі кеңейтілген проблемалық контекстемедиалықпроблемасынаайналдыратын әлеуметтік қарым-қатынасын ортақтастыру қатарындағы құрылымының күрделілігін атап өтуге болатын әлеуметтік тұрмыс сипатының өзгерісіне әсер етуші факторлардың қажеттілігі арта түседі. Социогуманитарлық білім саласындағы медиа ортасының проблемасы әлеуметтік тұрмыс саласындағы ілгерушілікті себепкер болатын бірден-бір басты тетігінің факторы медиакультура феноменінің өзекті болуына алып келді. Медиа және медимадениет пәнін ұсыну әлеуметтік-философиялық рефлексиясына қаншалықты заңды болып табылады? Егер философиялық білімнің даму тарихына назар салатын болсақ, әрбір кезең өз бетінше жаңа әлеуметтік философияға жатады және осы философия шекарасынан тыс аумағы өте кең.

Бұқаралық мәдениет туралы айтпас бұрын соның дүниеге келуіне тоқталып өткен жөн. Ол құбылысты терең зерттеген Эдуард Шилздің «Бұқаралық қоғам және оның мәдениеті» деген еңбегінің кейбір ой түзілімдеріне назар аударайық. Автордың сараптауы бойынша, екінші дүниежүзілік соғыстан кейін негізгі-негізгі деген батыс елдерінде «бұқаралық қоғам» деген атау нық орнықты.

Бұқаралық қоғам жаһандану процестерімен тығыз байланысты. Қазір жаһандану заманында өмірдің әлеуметтік-саяси, мәдени және рухани салаларының бәрінде де адамзат өзінің әр алуан тіршілігін бастап көшіріп отыр. Интеграцияның осынау іс жүзінде тежеуге көнбейтін, ерік бермес процесі, мәні бойынша жазмыштық сипат алып отыр.

Қазіргі күні еліміздегі кез келген өзекті мәселе, толғандыратын проблема міндетті түрде бұқаралық ақпарат құралдарында көрініс береді. Теледидардан болсын, газет-журнал беттерінен болсын естіген немесе жарық көрген материалдар

арқылы бұл мәселелермен танысып, көкейімізде жауапкершілік сезімі оянатын жағдайлар да кем емес.

Бұқаралық ақпарат құралдары қазіргі өркениетті елдердің бәрінде де үлкен саяси күш болып саналады. Бүгінгі таңда журналистикаға «төртінші билік» ретінде қарап, оның алдында нақты бір ел болсын, жалпы алғанда, халықаралық қатынастар арасында болсын үлкен жаңа міндеттер қойылады. «Төртінші билік» терминін XVII ғасырда ағылшын философы Э.Бэрн енгізген болатын. Ол бұл туралы былай деп айтқан еді: «... Міне, осында рухани, аристократиялық және қоғамдық билік өкілдері отыр, ал журналистер бұл – «төртінші билік». Олар қоғамның мүддесіне қызмет ету үшін жаралған» [5].

Әлемдік медиакөңістіктегі жағдай алдын ала болжауға келмейтіндігімен, технологиялық инновацияларды енгізудің шапшаңдығымен, алыстан басқару мүмкіншілігінің болуымен, мультимедиалығымен, интерактивтілігімен ерекшеленеді. XXI ғасырда электронды медианың басым болып бара жатқандығын атап өтпеуге болмайды.

Орыс әдебиетшісі Ю.М. Лотманның анықтамасын пайдалана отырып, мынадай қорытынды жасауға болады: мәдениет – ұжымдық түсінік. Жеке адам мәдениетті таратушы болып, оның дамуына белсенді қатыса алады. Әйтсе де, мәдениет табиғатын «қоғамдық, яғни әлеуметтік құбылыс» тіл ретінде таратады. Ресейлік кинематограф Тарковскийдің кинотүсірілімінде сцена былай басталады: Арал жағасына Александр баласымен бірге кураған ағашты отырғызады. Әкесі баласына кураған ағашқа өмір бойына жапырақ жайып, гүлдегенше су құйып отырған монах туралы айтады. Бұл тәмсілге табынушының христиандық немесе мұсылмандық сыйынуында ағаштың өсіп-өнгенше жеміс бере алмайтынын тұжырымдайды. Осындай идея фильмнің желісіне аңыз нобайын келтірген. Мұндағы ағаш туралы аңыз фильмнің басында, ортасында және соңында қайталанып отырған. Леонардо да Винчидің «Дуагерлерге табынушылық» картинасында кино кейіпкердің бөлмесінде, титрда осы кескін көрініс ретінде пайдаланылады. Фильмнің аяқталатын сәтінде баланың «Ең басында неге сөз айтылады, неге?» деп әкесіне сұрақ қойғаны адамды ойға қалдырады. Осындай мифологиялық образдарда мәдениеттің тамыры жатыр. Мұндай мәдени ағым осы күнге дейін медиамен байланысы бар [6].

Элвин Тоффлер өзінің «Үшінші толқын» еңбегінде алда орын алатын жаңа ғасырға болжам жасап кетті. Ол өзінің осы еңбегінің алғысөзінде «Әлем орасан зор әлеуметтік өзгерістер, техникалық және мәдени жаңалықтар қарсаңында тұр. Техника мен ақпараттық құралдардың әлеуеті әлеуметтік өмірдің барлық жағына еніп келе жатыр. Микроэлектрондық революция адамзат интеллектісінің қуатын ұлғайта түседі. Технологиялық және ақпараттық жаңалықтар қоғамның әлеуметтік құрылымына ықпал етеді» деп жазады [1, 3].

Ақпараттық қоғамның даму сатысын қарастыру белгілі бір «код» арқылы адамның қоршаған ортасы жайында ақпараттар берілетін, әлеуметтік қызметтік және белгілік (кодтық) жүйе жинағынан тұратын медиамәдениетті тарихи қайта қарастыруға мүмкіндік береді. Медиамәдениетті – қоғамдық сананың қалыптасуына және тұлғаның әлеуметтенуіне түрткі болатын, тарихи-мәдени даму барысында адамзатпен жасалып, өңделген материалды және интеллектуалды құндылықтардың, ақпараттық-байланыстырушы құралдарының жинақталған негізі ретінде анықтауға болады. Сонымен қатар медиамәдениет құрамына ақпаратты беру мәдениеті мен ақпаратты қабылдау мәдениеті қосылады; ол медиа және т.б. арқылы білімді игеріп, медиа шығармашылығымен әрекеттесуге, медиамәтінді бағалап, талдап, оқи алу және даму деңгейінің жүйесін көрсетеді. «Коммуникация құралдары күрделене келе, тек адамды, қоршаған ортаны ғана өзгертіп қоймайды, сонымен бірге адамның өзінің де ойлау жүйесіне, дүниетанымына, іс-әрекетіне, менталитетіне өзгерістер енгізеді екен. Нәтижесінде, бытыраңқы әріптер сияқты, адамдар бірте-бірте о бастағы қауымдастықтан, бірлестіктен алыстай береді» [7].

Ақпараттық ғасырдың феномені болып отырған «медиамәдениетті» Техас университетінің профессоры, соңғы жылдары медиамә-

дениет және социология саласында еңбек етіп жүрген Дуглас Келлер былай түсіндіреді: «Медиамәдениет бейнелер, дыбыстар мен белгілер күнделікті өмірдің негізін жасап, саяси көзқарастар мен әлеуметтік құлықты қалыптастыратын уақытта пайда болды. Радио, теледидар, фильм және басқа да мәдениет өнеркәсібінің салалары әйел не ер болудың, табысты немесе сәтсіз болудың модельдерін анықтап отыр, медиамәдениет материалдарының арқасында адамдар өз табының, этносының, азаматтығы мен жынысының мәнін аша түсуде» [7]. Медиамәдениет қазіргі уақытта әлемге деген көзқарас пен ең терең құндылықтарды қалыптастыруға көмектесуде.

Елімізді өркендетудің 2030 жылға дейінгі дамуының Елбасымыз белгілеген стратегиялық жоспары баспагерлердің, мәдениеттанушылардың алдына үлкен міндеттер қойды. Олар: адамгершілік, отбасындағы тәрбие, ұлтаралық қарым-қатынастарды жақсарту, өмір салтының жағымсыз факторларына (темекі тарту, нашақорлық, СПИД) қарсы күрес проблемалары бойынша, адамдар арасындағы қарым-қатынас, мәдениет және әдеп, өзін-өзі тәрбиелеу және ойын арқылы оқыту, балаларға жыныстық, дене, құқықтық, эстетикалық тәрбие мәселелері бойынша ақпарат беретін кітаптар, басылымдар шығаруды жүзеге асыру. Қазіргі таңда әлемдік мәселеге айналған «жаһандану» процесінің енді ғана дамып, іргесін көтеріп келе жатқан халықты жұтып алуынан сақтау үшін, болашақты дәстүрлі мәдениетіміз бен ұлттық рухымызбен сусындатып, рухани көзін ашатын, әлемдік өркениеттер қатарынан көрінуге тырысатын ұлттық өнер әлемінен хабар беретін, зиялылығы басым рухани басылымдар саны әлі де болса мардымсыз. Бүгінгі көкірегі ояу халықтың сана-сезіміне әсер беріп, оны жетілдіре түсетін медиакommunikацияның қоғамдық және саяси мәдениетті қалыптастыратын мықты құрал екені айдан анық.

Әдебиеттер

- 1 Бореев В., Коваленко А. Культура и массовая коммуникация. – М.: Наука, 1986. – С. 215.
- 2 Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2005. – С.7.
- 3 Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Канон-пресс-Ц, 2003. – С. 176.
- 4 Ғабитов Т.Х., Мүтәліпов Ж.М., Құлсариева А.Т. Мәдениеттану: Жоғары оқу орындары мен колледж студенттеріне арналған оқулық. / толықтырылған үшінші басылым. – Алматы: «Раритет», 2002. – 408 б.
- 5 Құлсариева А.Т. Қазіргі заман мәдениеті. – Алматы, 2008. – 130 б.
- 6 Шилз Э. Общество и общества: макросоциологический подход. Электронная библиотека. www.gumer.info
- 7 Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: УРСС, 2003. – 240 с.

References

- 1 Boreev V., Kovalenko A. Kul'tura i massovaja kommunikacija. – M.: Nauka, 1986. – S. 215.
- 2 Kirillova N.B. Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu. – M.: Akademicheskij Proekt, 2005. – S.7.
- 3 Makljuven M. Ponimanie media: vneshnie rasshirenija cheloveka. – M.: Kanon-press-C, 2003. – S. 176.
- 4 Gabitov T.H., Mutalipov Zh.M., Kulsarieva A.T. Madeniettanu: Zhogary oku oryndary men kolledzh studentterine arnalran okulyk. / tolyktyrylgan yshinshi basylym. – Almaty: «Raritet», 2002. – 408 b.
- 5 Kulsarieva A.T. Kazirgi zaman madenieti. – Almaty, 2008. – 130 b.
- 6 Shilz Je. Obshestvo i obshestva: makrosociologicheskij podhod. Jelektronnaja biblioteka. www.gumer.info
- 7 Nazarov M.M. Massovaja kommunikacija v sovremennom mire: metodologija analiza i praktika issledovanij. – M.: URSS, 2003. – 240 s.