



ӘЛЕМДІК САЯСАТТЫҢ ЖАҒАНДАНУЫ. ХАЛЫҚАРАЛЫҚ Масс-медианы жаһандандыру





Масс-медиа жаһандануында мемлекеттер мен қоғамдар үшін оң және теріс жақтары бар. Және де әрбір елдің міндеті, қажет болған жағдайда, меншікті медиакеңістікті дамыту үшін оның мүмкіндіктері мен тәуекелдерін анықтау.

Ақпараттық қоғам дәуірінде мәселенің мазмұндық жағынан ғана шектеліп, саяси стратегияларды әзірлеу ғана емес, сондай-ақ осы саясатты қоғамдық дискурсқа енгізуді жоспарлау да маңызды, және саяси процесті қайта көрсетуде масс-медиа негізгі ұстанымға ие. Масс-медианың неміс зерттеушісі Х.М. Кепплингер бұқаралық коммуникация құралдары «басқа жүйелер үшін функционалдық алғышарт» болды деп санайды, себебі масс-медиа саяси шешімдерге түсініктеме беріп, сынайды, сонымен қатар оларды өзінің жариялауымен дайындайды. Аталған мәлімдемеді БАҚ-тар осы шешімдер адекватты деп қабылданатын шекараларды білдіреді. Ал масс-медиа саяси шешімдер заңды және іске асырылатын ретінде қабылдануына үлкен әсер етеді.

Жаһандық медиакеңістіктен белгілі бір дәрежеде тысқары орналасқан мемлекеттер үшін әлемдік медиакеңістіктегі жаһандық трендтердің даму мүмкіндіктері:

- шамалы уақыт және басқа шығындар кезінде әртүрлі дискурстарға қол жеткізудің, ақпарат алмасудың, қатысудың бұрын-соңды болмаған мүмкіндіктері;
- ақпарат көздерін таңдау, ақпарат алушы бұқаралық коммуникацияның қандай арналары бойынша және қандай ақпаратты алатынын өзі анықтайды;
- аудитория интерактивті болады, медиаөнімдерді өндіруші мен тұтынушы арасындағы шекара бұрынғыдан да айқын емес болып кетеді;
- бизнесті дамыту үшін, атап айтқанда, жаһандық деңгейде тарату үшін үлкен мүмкіндіктерді ашатын жарнама арқылы дұрыс пайдалану;
- ақпаратты тұтынушылардың медиа өнімді сыни талдауға, жаһандық әлемде болып жатқан процестердің мәнін түсінуге қабілетін дамытады;
- жаңа медиа білім алуды жеңілдетті, кітапхана, университет, мұражай қорларына қолжетімділікті қамтамасыз етті, жалпыұлттық және трансұлттық ақпараттық-мәдени байланыстарды, қызметтер мен ынтымақтастықты жеделдетті;
- билік БАҚ-ты қоғамдық пікірді белсенді насихаттау және қалыптастыру, билік идеяларын және жекелеген адамдарды биліктегі қайта трансляциялау және маңызды идеяларды жергілікті және жаһандық деңгейде тестілеу үшін пайдалана алады.

Мүмкіндіктерден басқа түрлі мемлекеттердің медиакеңістіктері үшін белгілі бір тәуекелдер бар:

- БАҚ-тың жаһандануы бүкіл әлемдегі масс-медианың оң әсеріне және оны ырықтандыруға алып келеді, сондай-ақ жергілікті БАҚ аз дамыған немесе ішкі саяси себептер бойынша жабық елдердің коммуникациялары мен масс-медиаға қол жеткізуін шектейді.
- Масс-медиа арқылы анық және айқын емес дамыған тұтыну және индивидуализм құндылықтары дамушы елдердің дәстүрлі мәдениеттерінің мағыналық бағдарларын алмастырады.
- Электрондық БАҚ-ты технологиялық дамыту ақпаратты өндіру мен таратуға монополиядан айырылған барлық деңгейдегі билік органдары үшін ақпараттық тәуекелдер жағдайларының туындауын дәлелдейді.
- Жаңалықтар бірден тарайды және елдің алыс шалғайдағы түкпірлеріне жетеді, биліктің ақылға қонымды шешімдер қабылдауға уақыты жоқ, әсіресе бұл жанжалды жағдайларда өзекті болып табылады. Жаны бар жаңалықтардың әсері саясаткерлердің проблеманың мәніне емес, керісінше қоғамдық пікірге ден қоя бастауына алып келуі мүмкін.
- Жаңа масс-медиа билік пен бақылаудың белгілі бір ресурсы болып табылады. Күн тәртібін бекіту, фрейминг (коммуникация кезінде белгілі бір аспектілерді іріктеп ерекшелеу) және медиашынайылықты қалыптастырудың басқа да тетіктері арқылы БАҚ-та ұсынылған феномендер мен оқиғаларды түсіндіру белгілі бір арнаға бағытталуы мүмкін, шынайылықтың кейбір аспектілері алдыңғы қатарға шығады, басқалары төмен дәрежеде ұсынылады немесе мүлдем назарға ілінбей қалады.

Жаһандық медиакеңістікте қалыптасқан трендтер жағдайында, Қазақстанға азаматтардың өздеріне ішкі және әлемдік саясат мәселелері бойынша өзінің азаматтық ұстанымын қалыптастыра отырып,



Кітап: Әлемдік саясаттың жаһандануы. Халықаралық қатынасқа кіріспе

Дәріс: Масс-медианы жаһандандыру

шындықты жедел, объективті және толық көрсете алатын БАҚ қажет. 2018 жылғы жағдай бойынша Қазақстан Республикасында 3328 БАҚ тіркелді. Басым көпшілігін баспалық БАҚ – 84% (1800 газет және 990 журнал), электрондық БАҚ: телеарналар - 4% және радио - 2%, және 10%-ды ақпараттық агенттіктер мен желілік басылымдар құрайды.

Ақпараттық қоғам - бұл әлеуметтік-экономикалық даму қоғамның мүшелері арасында ақпарат жинау, өңдеу, сақтау және таратуға байланысты болатын қоғам.

Медиа кеңістік (яғни, электронды байланыс арқылы жасалған орын) жеке тұлғалар немесе олардың топтары және басқа да бірліктер бір уақытта бірге әрекет ете алатын электрондық орта болып табылады.

Интернет - бұл бүкіл әлемдегі компьютерлер мен компьютерлік желілерді сақтау, өңдеу және ақпаратқа қол жеткізуді қамтамасыз ету үшін біріктіретін ғаламдық компьютерлік желі.