

**Бұқаралық ақпарат құралдары және
коммуникация
(Реферат)**

Жоспар

1.Бұқаралық коммуникациялар ұғымы.Негізгі категориялары, ұғымдары мен мақсаттары.

2.Пайда болу тарихы. Олардың әлеуметтік мәні мен пәні.

3.Бұқаралық коммуникация құралдарының типологиясы.

4.Бұқаралық коммуникация құралдары және қоғам. БКҚ институттық сипаты.

Бұқаралық коммуникация ұғымы ғылымға ХХ ғ.соңында енген термин.БКҚ – бұл ақпаратты үлкен және әр жерлерде шоғырланған аудиторияға беруге арналған арнайы техникалық құралдар.Мақсаты:

Саяси;

Идеологиялық;

Экономикалық;

Әлеуметтік ақпараттар беру.

Коммуникация – (лат. “communicatio” –хабар, “communicare” - хабарласу) – адамдар, түрлі әлеуметтік топтар мен қауымдастықтар арасында қарым-қатынас жасау, ақпарат алмасу процесі.Оның басты құралдары болып:

Тілдік (дыбыстық);

Таңбалық (символ, әріп, жазу);

Ым-ишараттық

Иконографиялық (суреттер) белгілер табылады.

Коммуникация не үшін қажет?

Индивидтерді жеке топтарға, кейін тұтас қауымдастықтарға, қоғамға топтастыру мен біріктіру (интеграция); Олардың қарым-қатынасын қамтамасыз ету;Құрылымдық топтар мен институттардың бөлінісін,жіктелуін анықтау;Өз қызметтерін осы топтар дұрыс ұғынуы үшін; Коммуникацияны жүзеге асырушы тарапты, құралды КОММУНИКАТОР деп атайды. Ал оны тыңдаушылар АУДИТОРИЯ деп аталады.

Аудитория- /лат. Auditorium –тыңдауға арналған орын/ ақпараттық мүдделері мен қажеттіліктерінің ортақтығы негізінде қалыптасатын, сондайақ, осы қажеттіліктерді қанағаттандыру тәсілдері мен каналдары, формаларына байланысты пайда болған адамдардың қауымдастығы.Аудиторияның түрлері:

Шынайы және мүмкін болатын;

Тұрақты және тұрақсыз;

Мақсатты және мақсатсыз;

Ақпарат құралдарының түрлеріне сай;

Географиялық орналасуына қарай;

Уақыт пен жас ерекшелігіне, жынысына байланысты;

Мәдени-білімдік деңгейіне қарай;

Таптық сипатына қарай.

Бұқаралық коммуникацияға не нәрсе тән?

1) Техникалық құралдармен жабдықталуы;

2) Қарым-қатынастың ұйымдасқан сипаты;

3) Баршаға қол жетімділігі, әлеуметтік маңыздылығы, ақпараттың мерзімділігі;

4) Үлкен және әр текті аудиторияға бағытталуы;

5) Аудиторияның анонимді түрде қалуы;

6) Жалпылама бір пікірді қалыптастыра алуы..

Бұқаралық коммуникациялардың пайда болуына мына секірістер әсер етті:

1. Жазудың, таңбалардың пайда болуы;

2. Кітап басып шығарудың пайда болуы;

3. XIX-XX ғғ. шеңберінде телеграф, кинематограф, радио, дыбыс жазудың пайда болуы;

3. XX ғасырда теледидардың, компьютерлік технологиялар мен интернеттің пайда болуы

Бұлардың негізінде пайда болған ақпарат құралдарын төмендегідей етіп бөле аламыз:

1. Символикалық сипатына байланысты: Апостриорлы – табиғи тілдер негізінде қалыптасқан. Яғни, түсінікті сөздерді беру.

Априорлы – жасанды, символдар мен таңбалар негізінде жасалған.

2. Берілу көздеріне қарай:

Жазба (газет, журналдар, кітаптар);

Аудио (радио, магниттік жазбалар);

Визуалды (көру арқылы – теледидар, кино-фото құжаттар);

Аудиовизуалды;

3. Бұқаралық және арнайы аудиторияға арналған.

БҚК институционалдық сипаты:

Арнайы саяси және ұйымдасқан тәжірибелік нақты мақсаттарының болуы;

Ішкі еңбек бөлінісінің, иерархиялық құрылымы мен мамандарының болуы(редактор, журналист, диктор т.б.);

Түрлі каналдармен берілуі;

Өзге институттармен байланысы (саясат, экономика, білім, отбасы және т.б.).

БҚК атқаратын қызметтері:

1) Ақпараттық-тәрбиелік қызмет:

- қоршаған орта туралы ақпарат беру,
- танымдық мақсаттар мен қызығушылықтарды қанағаттандыру,
- білім беру, кеңестер алу;
- Тәрбиелеу

2) Жеке идентификация қызметі:

- жеке құндылықтарды нығайту;
- мінез-құлық ережелерін қалыптастыру;
- Өзін өзгелермен салыстыру;
- Өзін-өзі түсіну.

3) Интеграция мен әлеуметтік қарым-қатынас қызметі:

- Өзгелердің жағдайын ұғыну;
- Әлеуметтік қатынасқа түсу;
- әлеуметтік рольдерді жүзеге асыру;

4) Идеологиялық және саяси ақпарат беру;

5) Әлеуметтік бақылау; (Г.Лассуэл)

6) Ойын-сауық пен көңіл көтеру(К. Райт).

- Эмоционалдық серпіліс;
- Бос уақытын тиімді өткізу;
- Демалу, эстетикалық ләззат алу

Негізгі сұрақтары:

- Кімнен тарайды?
- Нені айтады?
- Қандай ақпарат?
- Кімге арналған?
- Қандай әсері бар?

БҚК қоғамға әсерлері:

Мінез-құлыққа әсер ету;

Белсенділендіру - селқостандыру;

Эмоционалдық әсер;

Мүдделер қалыптастыру;

Идеологиялық-пікір қалыптастыру;

Құндылықты;

Экономикалық;

Талқылау тақырыбын тудыру;

Көңіл көтеру-демалыс сезімдерін тудыру

БҚК бақыланады:Мемлекет тарапынан цензура көмегімен;

Экономикалық рычагтар көмегімен;

Қоғамдық санамен;

Білім беру көмегімен.

Француз әлеуметтанушысы А.Моль БҚК мына ережелерді ұсынады:

1) Демагогиялық доктрина, оның мақсаты –индивидті жарнама алаңына батырып, онда көбірек ұстауға, оның барынша аз күш-жігер жұмсауына бағыттау;

2) Догматикалық доктрина, мақсаты – саяси партия, мемлекет, діни ағым тарапынан идеологиялық тәуелділікте ұстау;

3) Ақпараттық доктрина, оның мақсаты – ағарту, индивидті қоғамның мәдени дамуына бағыттап ұстау;

4) Динамикалық доктрина ақпараттық доктринаны толтырып, адамдардың өз дамуына, даму қарқынын күшейтуге бағытталған.

Коммуникациялық ақпарат қандай сипатта болуы керек?

Арнайы аудиториясының болуы;

Арнайы мақсатының болуы;

Түсінікті түрде берілуі;

Берушілердің сауаттылығы мен кәсіби шеберлігі;

Қабылдаушыларды қызықтыра алуы.

Қорыта айтқанда:

Қарым-қатынас ұғымы латын тілінен шыққан Communicatio - алмасу, байланыс, әңгіме ». Бұқаралық коммуникация - адамдардың бағалауы, пікірлері мен мінез-құлқына әсер ету үшін хабарламаларды сандық дисперсті аудиторияға жүйелі түрде тарату »; «Бұқаралық коммуникация ақпарат беру және жинақтау арқылы символикалық материалдарды институционалдандырылған өндіру және жаппай тарату болып табылады. «Бұқаралық коммуникация дегеніміз - бұл рухани және практикалық қызметтің бір түрі, яғни эфирге шығару, бұқаралық санаға (қоғамдық пікірге) ағымдағы болып жатқан оқиғалардың бағаларын беру, әлеуметтік маңызды деп тану. Бұқаралық коммуникацияның мәні іс-әрекет ретінде қоғамға белгілі бір құндылықтар жүйесін бұқаралық санаға енгізу арқылы әсер ету болып табылады. Оның мәні әрдайым өзгеріссіз қалады, ал құбылыс, мазмұны және іске асыру формалары бүкіл бұқаралық ақпарат құралдарының жұмыс істеу жағдайларына байланысты өзгеруі мүмкін. Бұқаралық коммуникацияның мақсаты: әлеуметтік субъектілерді мүдделеріне қарай өзгерту басқа актерлер немесе бүкіл қоғам.