



Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Журналистика факультеті

Коммуникация теориясы пәні

Дәріс 12. Бұқаралық коммуникация теориясы және оның негізгі бағыттары

Мысаева Қарлыға Нақысбекқызы

Баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік

өнер кафедрасының доцент-ізденушісі

Алматы, 2025 жыл

Дәрістің мақсаты:

- ❖ Бұқаралық коммуникация ұғымының мәнін және оның қоғамдағы рөлін түсіндіру;
- ❖ Бұқаралық коммуникация теорияларының қалыптасу тарихын, бағыттарын және негізгі өкілдерін таныстыру;
- ❖ Ақпарат ағындарының қоғамдағы әлеуметтік және саяси процестерге ықпалын талдау.

Дәріс жоспары:

- ❖ Бұқаралық коммуникация ұғымы және ерекшеліктері
- ❖ Бұқаралық коммуникация теориясының қалыптасуы
- ❖ Негізгі теориялық бағыттар мен модельдер
- ❖ Бұқаралық коммуникацияның функциялары
- ❖ Қазіргі бұқаралық коммуникацияның даму үрдістері
- ❖ Қорытынды және талқылау сұрақтары

. Бұқаралық коммуникация ұғымы және ерекшеліктері

Бұқаралық коммуникация (mass communication) — бұл ақпараттың техникалық құралдар (теледидар, радио, баспасөз, интернет) арқылы кең аудиторияға бағытталып, көпшілікке бір мезетте таралу процесі.

Негізгі белгілері:

Ақпараттың жаппай аудиторияға арналуы;

Ақпарат тасымалының техникалық құралдар арқылы жүруі;

Кері байланыстың жанама сипатта болуы;

Коммуникацияның ұйымдасқан және жүйелі түрде жүргізілуі.

Бұқаралық коммуникация — қазіргі қоғамдағы ақпараттық, идеологиялық және мәдени ықпал ету тетігі.

2. Бұқаралық коммуникация теориясының қалыптасуы

3. Бұқаралық коммуникация теориясы XX ғасырдың басында қоғамдағы жаңа ақпараттық құбылыстарды (баспасөздің дамуы, радио мен киноның пайда болуы) түсіндіру мақсатында қалыптасты.

Тарихи кезеңдер:

XX ғ. 20–30 жж. – алғашқы эмпирикалық зерттеулер (Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельд, Г. Блумер).

50–60 жж. – құрылымдық-функционалдық және бихевиористік бағыттардың дамуы.

70–80 жж. – мәдени және идеологиялық тәсілдер (М. Маклюэн, С. Холл).

XXI ғасыр – цифрлық және желілік коммуникация теориялары (М. Кастельс, Г. Дженкинс).

ОБЩАЯ ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ

Теория речевой
коммуникации

Теория неречевой
коммуникации

Коммуникационный менеджмент

Теория массовых
коммуникаций

Теория бизнес-
коммуникаций

Теория
гражданских
коммуникаций

Теория
организационных
коммуникаций

Теория
межкультурных
коммуникаций

Теория
медицинских
коммуникаций

Теория
педагогических
коммуникаций

3. Негізгі теориялық бағыттар мен модельдер

Теория / модель	Негізгі идея	Өкілі
Лассуэлл моделі	"Кім – нені – қандай арна арқылы – кімге – қандай әсермен?"	Г. Лассуэлл
Бихевиористік теория	Ақпарат адамның мінез-құлқына әсер ету құралы	П. Лазарсфельд, Г. Блумер
Шеннон–Вивер моделі	Ақпаратты беру процесін техникалық тұрғыдан сипаттайды (жіберуші–арна–қабылдаушы)	К. Шеннон, У. Вивер
М. Маклюэннің медиа теориясы	"БАҚ – адамның кеңейтілген мүшесі"; медиа қоғамның мәдени құрылымын өзгертеді	М. Маклюэн
Қоғамдық пікір мен әсер ету теориясы	БАҚ аудиторияның сана-сезімін қалыптастырады	У. Липпман, Н. Винер
Аудиторияның белсенді қабылдауы теориясы	Аудитория ақпаратты белсенді түрде талдап, өз контексінде түсіндіреді	С. Холл, Дж. Блумер
Желілік қоғам теориясы	Цифрлық медиа адамдарды жаһандық желі арқылы	М. Кастельс

Теория / модель

Негізгі идея

Өкілі

байланыстырады



4. Бұқаралық коммуникацияның негізгі функциялары

Ақпараттық функция – қоғамға жаңалықтар мен білім жеткізу;

Түсіндіру (интерпретациялық) функция – оқиғаларды сараптау, мағынасын ашу;

Әлеуметтендіру функциясы – қоғам мүшелерін ортақ мәдени және моральдық құндылықтарға бейімдеу;

Басқару және бақылау функциясы – қоғамдық пікір қалыптастыру арқылы саяси процестерге әсер ету;

Мәдени-бос уақыттық функция – көңіл көтеру, эстетикалық талғам қалыптастыру.



5. Қазіргі бұқаралық коммуникацияның даму үрдістері

Диджитализация (цифрлану) – ақпараттың онлайн және мультимедиалық форматқа көшуі;

Интерактивтілік – аудиторияның ақпарат алмасу процесіне белсенді қатысуы;

Жеке бағытталу (таргетинг) – ақпараттың нақты топтарға бейімделіп жеткізілуі;

Медиаконвергенция – әртүрлі БАҚ түрлерінің бірігуі (мысалы, интернет-портал + видео + әлеуметтік желі);

Фейк жаңалықтар мен ақпараттық манипуляциялар – бұқаралық коммуникацияның этикалық және саяси мәселелері

Бұқаралық коммуникация теориясы — бұл ақпараттың қоғамдағы рөлі мен ықпалын түсіндіретін негізгі ғылыми бағыт.

Ол медиа мен аудитория арасындағы өзара әрекетті, ақпараттық ағындардың әлеуметтік әсерін және мәдени мағынасын зерттейді.

Қазіргі цифрлық дәуірде бұқаралық коммуникация теориясы – **ақпараттық саясат пен қоғамдық пікірді қалыптастырудың ғылыми негізі** болып отыр.

Әдебиеттер:

6. Буров, А. А. (2015). *Психология общения и межличностных отношений*. Москва: Эксмо.
7. Григорьев, В. И. (2018). *Теория массовой коммуникации*. Москва: Высшая школа экономики.
8. Холл, С. (1980). *Encoding/Decoding*. In: Culture, Media, Language. London: Hutchinson.
9. Рождественский, А. В. (2019). *Социальные медиа и общество*. Москва: Альпина Паблишер.
10. Тарас, В. (2020). *Семантика и коммуникация*. Алматы: Қазақ университеті.