

БӨЛІМ: ЖАЛПЫ РУБРИКА

Қазіргі Қазақстан қоғамындағы ақпараттық орта және оның құрылымдамасы

ЖАРИЯЛАНДЫ
18.10.2023СІЛТЕМЕ
<https://bilimger.kz/145052/>

Бүгінгі қалыптасып келе жатқан ақпараттық өркениет заманында ақпарат қоғамның стратегиялық маңызы бар ресурстарының біріне айналууда. Оны өндіру мен тұтыну — қоғам өмірінің барлық салаларының дамуында, әсіресе, экономиканың негізгі бағдарын айқындауда үлкен мәнге ие. Ендеше, бүгінгі таңда ақпарат барлық қоғам мүшелерінің өмірлік құндылықтық бағдарынан ерікті—еріксіз түрде маңызды орын алып келеді. Бірақ ақпараттық кеңістіктің аясы ұлғайған сайын, жаңа күрделі мәселелер қалыптасып отыр.

Қазіргі Қазақстан қоғамындағы ақпараттық орта мен оның таралауының өзіндік технологияларына тоқталып өтуіміз қажет. Негізінен жалпылама бағдарды нысанға алсақ, ақпараттардың таралуымен насихаттық бағдарлары да әрқилы болып келеді.

Ол біріншіден, қазіргі әлемдік білім алу мен рухани жетілуді қамтамасыз ететін дәстүрлі салалардың бірі – кітап оқумен байланысты болса, екіншіден, интернет желілері арқылы жүзеге асатынына ақпараттардың орнығуы мен тасымалдануы, үшіншіден, жалпы мәліметтердің таралуы мен орнығуы және оны бұқаралық санада қабылдаудың өзіндік тетіктері. Осы үш бағдар бойынша қандай құрылымдар бар және ол ресми немесе бейресми түрде қалай жүзеге асып келеді деген сауалдар туындайды.

Философтардың пікірінше, адамзат мәдениет тарихындағы дүниежүзілік дәуірлердің өзгеруінің мәні болып табылатын өзгерісті сәтті бастан кешуде. Жазба мәдениет, кітап дәуірі аяқталып, бұқаралық мәдениет компьютер дәуірі басталауда.

Әлеуметтанушы О.В. Шлыкованың ойынша, «Медиа» сөзі ағылшын тілінен аударғанда «құрал», «тәсіл», «делдал» дегенді білдіреді. Кейбір зерттеушілер медиаға ауызша тілді жатқызып, медианың үш түрін бөліп көрсетеді: ауызша, құжаттық, электронды. Толығырақ егжей—тегжейлі: ерте (қосымша және жазу), баспа, электр (телеграф, телефон, дыбыс жазу), масс—медиа (кинематограф, теледидар, СМЖ), сандық (компьютер, интернет).

Ақпаратты жазу, сақтау және беру үшін коммуникацияның жазбаша нысаны – медиа—папируста жазылған қолданыстағы құжаттардағы ескі құжаттардың пайда

болуын белгілейді. Медиа саласындағы эволюция оның әр түрінің дамуы арқылы жүріп, қазіргі уақытта мультимедиамен цифрлық медианың (теледидар, интернет) пайда болуына алып келді .

Кітап мәдениетін зерттеушілердің бірі Сая Акапова өзінің зерттеулерінде мынадай қорытындыларға келеді: Қазіргі жаһандану жағдайындағы кітап мәдениетінің өзгеше форматтарына талдаулар жасай келе, оның жағымды және жағымсыз тұстары бар. Жағымсыз тұстары ақпараттық желілерде таратылғандай, біздің философиялық ой деңгейдегі тұжырымдамамыз бойынша «Интернетомания» кітаби білімді шектей ала ма, әлде алмай ма деген сауал тек қана философтардың шешуі тиіс мәселесі емес. Виртуалды әлемде өмір сүріп отырған қазіргі заманғы жастардың таным тағлымы да ерекше. Виртуалды әлемнің жаһандану жағдайындағы жалпы келбетін өзіндік таным арқылы жүргізіледі. Ақпараттық қоғам жағдайындағы кітап мәдениетінің негізгі форматтарының қалай болуы тиіс екендігі туралы ұсыныстар жасау да аса маңызды болып отыр.

Шындығында қазіргі таңда ақпараттардың нақты мәліметтерін жариялайтын кітап оқу дәстүрі төмендеп кетті, оны қалпына келтіру керек деген сияқты дабылдар да жоқ емес.

Оның өзіндік субъективі және объективті себептерінде жоқ емес. Объективті себептеріне тоқталар болсақ, олар, оның ішінде, жастар қазіргі ақпараттық желілер мен интернетке деген сенімділігі басым болғандықтан, кітап оқуға араласа бермейді. Өйткені, электрондық кітапханалардың пайда болуы да «Offline» түріндегі дәстүрлі форматтарға қайтадан ауысуға құштарлық таныта бермейді.

– Кітаптарға қарағанда, қазіргі таңда, ақпараттық желілердегі мәліметтер барынша тезірек қабылданады және таңдап алынады. Ақпараттар желісі өзіндік деңгейде құрылымданған, оны түсіну мен әлеуметтік—рухани саладағы мазмұнын ұғыну қазіргі жас ұрпақтарға барынша кеңінен танымал болып отыр.

– Әлеуметтік уақыттың жеделдеуіне орай, кітап мәдениеті кей сәттерде «уақытты үнемдеуге» сәйкес келе бермейді. Бұл да кітап оқудың заман талабына сай келмейтін тұстары тәрізді.

– Заман шындығы, кітаптардың материалдық жағдайларға байланысты да шығындар келтіреді. Оны екі өлшемде қарастыра аламыз, алдымен, адамзаттың және мемлекеттің ұстанып отырған экологиялық саясатының бірі — қағаз шығыны, одан соң, жеке адамға қатысты шығындар. Жастар кітапсыз да өзіне қажетті мағлұматтарды ала алатындығын біледі.

– Кітапқа деген қызығушылық деңгейдің төмендігі қазіргі таңдағы симуляттарға да қатысты. Егер де ақпараттарды тез, интенсивті түрде қабылдай алатын болсақ, кітап

оқу экстенсивтілік қалпын сақтап қалады. Бұл да дәстүршілдік пен жаңашылдық арасындағы диалектиканың өзіндік қайшылығы деп айта алмаймыз, дегенмен, екі қоғам мен замандар ауысуында тарихилық пен логикалықтың бірлігі қажет.

Ол мәселе, келесі кезекте, жоғарыда айтылғандай субъективті факторлармен келіп орайласады:

– Ғылым да еңбек, рухани және ой еңбегі болып саналады. Қазіргі кезде ой еңбегінің жетістіктеріне деген оңайырық қол жеткізуге деген ұмтылыстарда бар сияқты. Кітап жас ұрпақтар үшін созылыңқы форматтармен жабдықталған мазмұнды құрайды. Әрине, бұндай беталысты біржақты қарастырыруға да келмейді;

– Жастар арасында ғылымды прагматикалындырумен утилитарландыру басым түсіп келеді. Нақтырақ айтсақ, ғылыми таным мен білім өмір сүру үшін қаражат табудың экзистенциалдық нұсқалары ретінде қабылданған.

Кітаптардың құндылығы туралы елімізде идеологиялар құрылып та келеді. Оқылуға тиісті 100 кітап немесе шет тілдерінен аударылуға қажетті оқулықтар мен олардың нәтижелерін келер жас ғалымдар терең түсіне бермейді.

Таным теориясы негізінде, ғылыми шығармашылық ойлау бағдары бойынша, олар кей сәттерде белсенділікке ұмтылмайды, «бұл біз шұғылданатындай мәселе емес» деген сияқты пікірлер де көрініс тауып отыр.

Екінші саты бойынша, әлеуметтік философиялық тұрғыдан сараласақ, «Ақпараттық құрылымдардың эволюциясы бойынша, қазіргі таңдағы кітап оқу мәдениетін интернет жүйелері алмастырып бара жатқан жоқ па және оның даму бағдарлары қандай?» деген сауалдар қазіргі әлем ғана емес, қазақстандық қоғам қауымындағы өзекті мәселелердің бірінен саналады.

Оны қабылдаудың тиімді және тиімсіз тұстары да бар екендігі белгілі. Бұл да жаһандану жағдайындағы заман талабы. Бұл алдымен ақпараттық қоғам жағдайындағы орталық түсінік – коммуникацияға байланысты.

Энциклопедиялық басылымдарда коммуникация ұғымына: «Қатысым, қатынас жолы, бір орынның екінші жақпен байланысы, сөйлесу, ақпарат беру» деп анықтама беріледі.

«Коммуникация» терминін саясаттану ғылымында саяси контексте алғаш рет ХХ ғ. Басында қолданысқа енгізген зерттеушілердің бірі Ф.Ратцелдің айтуынша «саяси қатынаста ақпаратты тарату барлық Коммуникациялық қызметтің ең маңыздысы саналады.

Бұл тұрғыда ресейлік зерттеуші М.Р. Грачев саясатты билікті иелену мен тұрақтандыру, сондай—ақ адамдар арасындағы қарым—қатынастар, әрекеттер мен коммуникацияның өзіндік формасын жүзеге асырушы қоғамдық қызметтің бір түрі

ретінде қарастырады.

Ал үндістандық саясаттанушы П. Шаранның пікірінше, саясат— кем дегенде екі тұлғаның өзара әрекетінен тұратын әдеттің әлеуметтік формасы саналады. Әлеуметтік әдеттің басқа түрлеріне қарағанда саясат билік, басқару, қоғамдық әдетті жасау мен оны жүзеге асыру проблемаларын туындатады .

Ал субъект деп тәжірибелік және рухани—теориялық міндеттерді шешу процесінде өзінің болмысын, күші мен әрекетін өзгертуде қоршаған ортамен байланысқа түсетін адамды танысақ .

Көріп отырғанымыздай біздің елімізде де әлемдік коммуникациялық климат бұндай ахуалдардан тыс бола алмайды. Осыған сәйкес, біз, оның кейбір тұстарының әлеуметтік философиялық тұстарын ашып көрсетуімізге де болады.

Қарым—қатынас қазіргі таңда маңызды әлеуметтік құбылыс қана емес, адамдардың мінез—құлқы мен қоғамдағы орнын айқындайтын адам тану үрдісі болып келеді. Бүгінгі қазақстандық қоғамда қарым—қатынастың саяси құрылымы да күрделі.

Бүгін де бұндай пікір алмасулар мен мәдениеттер сұхбаттастығы жоғарыда айтылғандай онлайн түрінде жалғасын тауып келеді. Бірақ бұл жердегі айта кететін жайт, визуалды қатынастың да онлайнға ауысып кетуі. Ендеше, бұл үдерістің қанша уақытқа жалғасатындығы ғана емес, оның негізгі мәніне тоқталудың философиялық тұғырлары қандай деген сауалдар да өзекті болып шығады.

Егер де, Сіз қарым—қатынас жасап отырған адамды көрмеген болсаңыз, онымен қалай шынайы байланыс орнатуға болады? Осыған орай, елімізде электронды қарым—қатынастың өзіндік тәжірибелері болмағандығына қарамастан ресми және бейресми түрде орнықтырылған шаблондар ғана емес, нақты жүзеге асуы тиіс форматтар да жоқ емес. Мәселен, электронды үкімет сатылары.

Ұлттық деңгейдегі стратегиялық жоспарлау электронды үкіметтің дамуын сатылық прогрессия ретінде айқындайды. Мұнда қызметті жеткізушілер мемлекеттік бағдарламалардың мақсатын орындамас бұрын бірнеше анықталған сатылардан өтуі тиіс. Электронды үкімет қызметінің жүзеге асуы бес кезеңнен тұрады:

1. Ақпараттық кезең;
2. Интерактивті кезең;
3. Үкімет пен азаматтар арасындағы өзара келісімкезеңі;
4. Қызметтерді өзара біріктіру кезеңі;
5. Саяси қатыс кезеңі.

Ақпараттық кезеңде—үкіметтен азаматтарға мемлекеттік қызмет туралы ақпараттар нақты уақытта бір бағыттағы тәртіпте жеткізіледі. Мысалы, мемлекеттік органдардың өз қызметі туралы жыл сайынғы есеп беруі және оларды веб—сайттарға орналастыруы

жатады. 2004 жылдың 1 қаңтарындағы жағдай бойынша орталық мемлекеттік органдардың 32 веб—сайттары тіркелген. Әлеуметтік аз қамтылған тұрғындардың интернетке қол жеткізу мүмкіндігінің проблемасын уақытша шешу ретінде, ақпараттарды басылым ретінде мекен жайларына жеткізуге болады.

Физикалық қуатты «ақпаратпен» алмастыру үдерісін жүзеге асыра бастаған телекоммуникациялық төңкеріс классикалық емес көзқарасты нығайта түскен алғышарттардың бірі болып табылады. Бұл үдеріс таным теориясында «назардың феноменологиялық өзгеруіне» алып келді (М.К.Мамардашвили). Осыған байланысты нақты терминдердің мағыналық мазмұны қайтадан күмән тудыра бастады.

Гуманитарлық ғылымға табиғи, физикалық әлеме мес, сыртқы әлемдегі құбылыстардың көкжиегін қалыптастыратын экран қызықты бола бастады.

«Экран» шынымен де мынадай жағдайда қажет болып табылады: «Егер біз физикалық картина терминдерінде санамыздың шарты болып табылатын, денеміздегі электрондардың қозғалыстарын тікелей қабылдай алсақ, біз дәл сол сәтте өліп немесе жынданып кетер едік»). Назардың бәрі «өмір қойылымында» көрсетілетін сананың тіршілігіне ауып кетті.

Ақыл—ой арқылы қабылданып, өңделетін құбылыстардың мәні емес, «шындығында не болғанын» көрсететін жергілікті объектілер, яғни құбылыстар классикалық емес ғылымның фактілеріне айналып отыр. Бұл объектілер «өздерін өз агентінен де, сыртқы бақылаушыдан да қалқалайды және олардың мазмұны ортақ немесе әмбебап санақ жүйесінің терминдері мазмұнымен сәйкес келмейді». Олар «өздерінің жүзеге асуы және жаңғыртылуы арқылы даралана түседі». Адами көріп жатқан ақпарат әлемі, медиа әлемі— сана мен материяға бөлінбейтін феноменалды әлем. Координаттардың мұндай жүйесінде біз «ақпарат» түсінігінің мүлде басқа мағынасына қол жеткіземіз. Ол «ақпараттық кеңістік» пен мәдениеттің кеңістігі арасынан байланыс таба отырып, «мәліметтен» «мағынаға» айналады. Шындықты зерттеу тәсілдерінің феноменологиялануы қоғам теориясының «түсінетін, аңдағыш» нұсқасының қалыптасуына ықпал етті. Бұл дегеніміз әлеуметтік фактілерді, қарым—қатынастарды, тәртіпті ерекше нәрсе деп қараудан бас тарту болып табылады, өйткені олардың жай—күйі коммуникация әсерімен үнемі өзгеріп отырады. Қоғам тануға қатысты парадигмада «ақпараттық кеңістік» күш салынатын тұрақты объект ретінде емес, өзін—өзі ұйымдастыру, өзін—өзі реттеу, өзін—өзі ашу сияқты үдерістерді ынталандыру арқылы басқарылатын түрлі әлеуметтік жүйелердің атрибуттық сипаттамасы ретінде көрініс береді. Коммуникация социологиясы әлеуметтік әрекеттің дәстүрлі социологиясын ығыстырып, медиа институттар мен олардың жұмыс істеу ерекшеліктерін құрылымданбаған эмпирикалық мәліметтер ретінде қарастыру үрдісін нығайта түсті. Ал оның айналасында кездесетін құқықтық, этикалық және құндылықтарға қатысты мәселелерді басқа сала мамандарына қалдыру қажет деген

көзқарас та беки түсті. Көрген нәрсенің субъективті мағынасымен объективті мағынасы өзіндік рефлексияға бейім және «басқаларға» қатысты символдық мәндер арқылы түсіндіріледі. Басқаларға қатысты идеяның өзі айырмашылық философиясына негізделетін тәсілдермен «қоректенетін» категория болып табылады. Ол бір—біріне қарама—қайшы болып табылатын қалыпты Gemeinschaft пен әлеуметтік ұйымдардың объективті тәртібі Gesellschaft—тың арасындағы, жеке тәжірибе мен бұқаралық тәжірибенің арасындағы өткел.

Субъект теориясы мен объект теориясына негізделетін қарама—қайшы ұстанымдардың қайшылықсыз түрде концептуалды бірігуі зияткерлік ақыл—ой тарихындағы шешімін таппаған кедергі болып табылады. Т.Х. Керимов көрсеткендей, біз бұл екі қалыптың немесе айырмашылық үлгілерінің бірін таңдауға тиіспіз. Бір жағынан, белгілі бір саясатқа сай келетін айырмашылық бар (плюрализм саясаты, демократия), ал екінші жағынан, біздің басымызға келетін оқиға сияқты негізсіз айырмашылық бар. Бірінші айырмашылық қалыбы оқшауланған ұқсастықтарды және культуралистік пен релятивистік идеологиялардың қалыптасуын, фрагменттік ұқсастықтарды мойындау болып табылады. Оқиғаларға қатысты екінші айырмашылық қалыбы, белгілі, аяқталған барлық болып саналмайды. Бұл – барлыққа баратын жол, ол бітпейді, бірыңғайлықты қалыптастырмайды. Болмыс—біргелігі (Бытие—вместе) – оқшауланған ұқсастықтардың жиынтығынан артық, бірақ олардың бірыңғайлығынан аз.

Бұл ұстанымдар негізінен қарағанда «ақпараттық кеңістік» басқалардың өмірін анықтайтын феноменологиялық болмыс—біргелігі ретінде көрініс береді.

Әлеуметтік білім стереотиптерінің өміршең болуы және осы стереотиптердің әлеуметтанушыны қалыптасқан, өлшеулі фактілермен жұмыс істеуге бағыттауы ақпарат пен ақпараттық кеңістіктің классикалық емес түсіндірмесін меңгеруде қиындық туғызады. Көзге шалынбайтын мәндер, «азайып бара жатқан әлеуметтілік», қағидатты түрде типтерге бөлінбейтін құбылыстар қатары тәжірибелік ғылымның зерттеу алаңынан тыс қалады. Сонымен қатар, ақпарат және оны қалыптастыратын кеңістік ортасының «классикалық емес» өлшемдері көптен—ақ меңгеріліп қойған және объект теориясының құндылықтар жүйесінің құрамына енгізіліп, қолданылып та келеді.

Адамдар әлеміндегі негізсіз айырмашылық «меңгерілген» және жаппай теңестірілуге ұластырылған. Жарнама индустриясы мен басқа да бұқаралық салалар қызметі сөздер мен мағыналарды ойнатып, құбылта қолдануға, оқиғалар тізбегін ойдан құрастыруға, жекелеген мифтерді ойлап табуға негізделіп құрылған. Бүгінде билікті сақтауға әрі пайда табуға бағытталған саяси және экономикалық стратегиялардың идеологиясы бұқараны иландыру үшін нақты құбылыстар мен феноменалдық мәнді «жымдастыра» біріктіру тәсілін белсенді түрде қолданып отыр. Бұл орайда әлеуметтік білімнің маңызды міндеті – ақпараттық кеңістіктің түрлі сегменттері мен оларды «орналастырудағы» қолданылатын тәжірибелерге сапалы талдау жасау үшін және оларды зерттеу

методологиясының ортақ негізін құру үшін аянбай еңбек ету болып табылады.

Негізінен алғанда, жалпы мәліметтердің таралуы мен орнығуы және оны бұқаралық санада қабылдаудың өзіндік тетіктері де әрқилы.

ҚМ АА Куәлік нөмірі: **KZ45VPY00102718** — ҚР Мәдениет және Ақпарат министрлігі

© 2026 **Bilimger.kz** Ақпараттық-танымдық білім порталы. Барлық мазмұн авторлық құқықпен қорғалған.