

«Сейфуллин оқулары – 18: « Жастар және ғылым – болашаққа көзқарас» халықаралық ғылыми -практикалық конференция материалдары = Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения – 18: « Молодежь и наука – взгляд в будущее» - 2022.- Т.І, Ч.ІІІ. - Б. 279-281

МЕДИАДА СТЕРЕОТИПТЕРДІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ МЕН ӨНДІРІЛУ ПРОЦЕСІ

Алясова Нұргүл Ерболқызы
«Медиа зерттеулері және журналистика» мамандығының
2-курс магистранты
С.Демирел атындағы университет, Қаскелең қ.

Қазіргі таңда медиа ақпарат алмасудың ең маңызды әрі үлкен аудиторияны қамти алатын мүмкіндікке ие алаңы болып отыр. Сондықтан медиа өзі жариялаған ақпарат пен жаңалықтары арқылы адамдарға белгілі бір тақырыпқа қатысты ойды тели отырып, олардың пікірін өзі қалаған көзқарасқа ауыстыруға ықпалды болып келеді. Кейбір жағдайда, БАҚ өкілдері ақпараттың қоғам үшін дұрыс немесе бұрыс екенін көрсетуге тырысып, көрермен мен оқырманның шешім қабылдауына әсер етіп жатады. Осылайша, БАҚ адамдарға ақпарат арқылы әсер ететін функцияны атқара отырып, ақпаратты пайдаланушыларда белгілі бір тақырыптарға қатысты «стереотип» қалыптастыруға сеп болады.

«Стереотип» термині әлеуметтік тұрғыдан алғанда, әлеуметтік құбылыстар туралы түсінік. «Стереотип – адамның өмір сүру жағдайы мен оның алдыңғы тәжірибелерінің әсерінен қалыптасқан көзқарасы» [1, 552 б]

Ал «стереотип» терминін ең алған қолданған америкалық У.Липпманның пікірінше, стереотип – адамның күрделі ақпараттарды қабылдау кезінде күш-жігерін үнемдейтін және оның санасында белгілі бір тәртіппен реттелген «әлемнің суреттері» [2]

О.Реш стереотиптерге қатысты келесі ойларды ұсынады:

1. Стереотиптер – адам «санасындағы суреттер».
2. Стереотиптерге сыни тұрғыдан қарау қиын. Өйткені, ақпарат көзінің «сенімділігін» тексерудің маңыздылығы жоқ.
3. Кейбір жағдайда стереотиптер жеке адамдарға қатысы болады. Шетелдік мәдениет өкілдерімен қарым-қатынас жасаудың жеке тәжірибесі кезінде бұрыннан бар стереотиптің ауытқуы болса да, стереотипті түзетуге әкелмейді. Бұл жағдайда жеке тәжірибе ерекшелік ретінде түсіндіріледі, ал қолданыстағы стереотип норма ретінде қарастырылады.
4. Стереотиптер шындықты бұрмалайды.
5. Стереотиптер эмоционалды.
6. Стереотиптер тұрақты және оларды ауыстыру оңай емес. Олар ұрпақтан-ұрпаққа беріліп келе жатқан мәдени құбылыстар [6]

Жоғарыда келтірілген пікірлерге сүйенсек, адамдар қоғамда орын алған түрлі әлеуметтік құбылыстар мен жағдайдарға байланысты оларды ұқсас

ерекшеліктеріне қарай топтастырады. Бұл туралы В.Попков: «Адамдар өз ортасын жынысына, нәсіліне, ұлтына, әлеуметтік мәртебесіне қарап санаттайды. Ал мәдениетаралық байланыстардың нәтижесінде басқа мәдени топтарға қатысты жіктеулер туындайды. Мәселен, грузиндер қонақжай, немістер ұқыпты, орыстар ашық мінезді, италиялықтар эмоцианалды деген сынды пайымдар жасалады. Басқа адамдар туралы мұндай шартты идея стереотиптердің туындау себебі бола алады» дейді [5]

В.Попков айтқан ортаны адамдар медиа арқылы да қалыптастыра алады. Өйткені, қазіргі таңда медиа бізді қоршаған ортаның өте көп бөлігін құрайды. Сондай-ақ, адамдарға әсер ету функциясы арқылы олардың бойында «стереотип» қалыптастыруға күші жетеді.

Бұл ойды Т. Грушевицкая, В. Попков, А. Садохин «Мәдениетаралық коммуникация негіздері» атты бірлескен оқулықта айта отырып, стереотиптердің қалыптасуына бұқаралық ақпарат құралдары ерекше әсер етеді деген пікірді келтіреді. Авторлар стереотиптерді қалыптастыру мүмкіндігі жағынан бұқаралық ақпарат құралдарының күші де, ауқымы да жоғары деп есептейді. «Көп адам үшін баспасөз, радио және телеарна беделді. Бұқаралық ақпарат құралдарының пікірі – жеке адамдардың да пікіріне айналады» [3, 180 б]

«Бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен мақсатты әсер ету стереотиптерді қалыптастырудың негізгі факторларының бірі ретінде қарастырылады. Ал санада бір нәрсенің бейнесін қалыптастыру әрдайым стереотиптеу болады. Демек, кез келген медиа хабарлама стереотиптің пайда болуына ықпал ете алады» [4]

Медиа нарығында ақпарат кеңістігінің кең болуы (телеарна, баспасөз, радио, әлеуметтік желілер, интернет, түрлі платформалар) стереотиптердің үлкен аудиторияға таралу деңгейін де жоғарылатып отыр. Жаңалықтар мен ақпараттық материалдар арқылы таратылған кейбір жағымсыз стереотиптердің үнемі медиада көрініс табуы оның өміршең болуына әсерін тигізеді.

Қазіргі таңда стереотиптің кеңінен тараған түрлері кездеседі: этникалық стереотип, діни стереотип, саяси стереотип, әлеуметтік стереотип, экономикалық стереотип, тілдік стереотип және т.б.

Этникалық стереотиптер туралы қарастырып көрейік.

«Этникалық стереотиптер адамның этнос өкілдеріне қатынасын және оның ол туралы білімін көрсетеді. Этникалық стереотиптерді таратудың типтік формаларының бірі-бұқаралық ақпарат құралдарында белгілі бір этникалық топ өкілдерінің өмір салты туралы жалпылама мәліметтерді қамтитын ұлттық сипаттағы ерекшеліктері мен менталитет немесе мәдени ерекшеліктерін жариялау» [7]

Этникалық стереотиптердің екі түрі бар: авто-стереотиптер – бұл адамның өзінің этникалық қауымдастығы туралы идеялар және гетеростереотиптер - басқа халықтар туралы идеялар. Автор гетеростереотиптердің қалыптасуына басқа топтармен қарым-қатынастан

бөлек, кино, әдебиет, жарнама және бұқаралық ақпарат құралдары әсер етеді деген пікірді келтірген. [8]

Медиада стереотиптердің көрінісі туралы: «Бұқаралық ақпарат құралдары бұрыннан бар стереотиптерді жиі қайталайды, ұқсастықтарды асыра көрсететін және басқа мәдениет өкілдерінің айырмашылықтарын елемейтін дайын схемалар мен шаблондарды таратады» [8]

Біз өмір сүріп отырған қоғамда этникалық топтарға қатысты стереотиптермен жиі ұшырасып жатамыз. Әсіресе, этникалық стереотиптер бірнеше топтың немесе адамдардың арасындағы этностық, тілдік, нәсілдік, әлеуметтік мәселелер жағынан туындаған түсініспеушілік пен қақтығыстар кезінде жиі орын алады. Дәл осы сәттерде БАҚ беттерінде бұған дейін бар стереотиптер қайта өндіру процесі орын алып жатады.

Стереотиптердің ықпалы туралы Никмах өзінің «Мәдениетаралық қарым-қатынастағы стереотиптің рөлі» материалында Matsumoto, Peng, Herburn and Locksley атты ғалымдарға сілтеме жасай отырып, стереотип түсінбеушілікке әкеледі әрі нақты түсінік алу үшін сенімсіз деген тұжырым жасайды. Жұмыста теріс стереотиптердің қарым-қатынасты бұзу мүмкіндігі айтылып, адамдар арасында алалаушылық тудыру жағдайларына тоқталған [9]

Сонымен, бұқаралық ақпарат құралдары ақпарат тарату функциясы арқылы қоғамда стереотиптерді қалыптастырады. Медиа нарығында ақпарат арқылы тараған пікір адамдарға әсер ете отырып, жеке адамдардың да пікіріне айнала алады. БАҚ ақпараттарында стереотипті өндіріп, кейбір жағдайда қайталап, тұтынушыларға ұсынады. Медиа таратқан жағымсыз стереотиптер адамдар мен топтар арасында алалаушылық, түсініспеушілік және түрлі өшпенділік туындатып, қоғамда теріс пікірдің жайылуына ықпал ету мүмкін. Қорытындылай айтқанда, стереотип қоғамдық өмірдегі барлық салады кездесетін әлеуметтік құбылыс. Ол коммуникация процесінде және танымдық наным ретінде маңызды рөл атқарады. Дегенмен, стереотип эмоцияға толы, теріс әсері бар құбылыс болғанымен, өзіндік функциялары бар.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Краткий политический словарь / В.П. Абаренков, Т.Е. Абова, А.Г. Аверкин и др.; Общая редакция Л.А. О니кова, Н.В. Шишлина. – Издание шестое, дополненное. – М.: Политиздат, 1989. – 623 с.

2. Липпман У. Общественное мнение. перевод с англ. Т.В.Барчунова. Институт Фонда «Общественное мнение». 2004. 374б

3. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / под ред. А. П. Садохина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 352 с.

4. Хантаев. С.Н Медиапространство как среда распространения этнических стереотипов // Манускрипт. 2017. №3–2 (77).

5. Попков. В.Д. Стереотипы и предрассудки: их влияние на процесс межкультурной коммуникации / Журнал социологии и социальной антропологии. 2002.

6. Rosch O. Mit Stereotypen leben - Wie Deutsche und Russen sich heute sehen // Interkulturelle Kommunikation in Geschäftsbeziehungen zwischen Russen und Deutschen / Hrsg. von O. Rosch. Wildau, 1998.

7. Попова В.О., Балежина Е.А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. Пермь, 2015. Вып. 2 (22). С. 88-94.

8. Чеснокова Л.В. Стереотипы в межкультурной коммуникации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – № 4 (апрель). – С. 91–95.

9. Nikmah Suryandari. Role of Stereotyping in Intercultural Communication // Journal Of Humanities And Social Science. 2020. Series.3