

3-дәріс. Коммуникацияны зерттеу және талдау әдістері

Жоспар:

1. «Коммуникация», «сөйлеу әрекеті» ұғымы.
2. Қарым-қатынасты зерттеу және талдау әдістері
3. Коммуникация теориясының әдістері мен функциялары.

Шындықтың кез келген құбылыстары мен процестерін зерттеудің түпкілікті нәтижесі көбінесе бұл процестің қалай жүзеге асатынына, қандай әдістер, әдістер мен құралдар қолданылатынына байланысты. Жоғарыда айтылғандардың барлығы ғылыми зерттеудің әдіснамалық негізін құрайды.

Жалпы ғылыми әдістер – бұл әлеуметтік, гуманитарлық және жаратылыстану ғылымдарының әртүрлі ғылыми білім салаларында кеңінен қолданылатын зерттеу әдістері мен процедураларының жиынтығы.

Модельдеу – объектіні оның көшірмесін жасау және зерттеу, түпнұсқаны зерттеушіні қызықтыратын белгілі бір аспектілерден ауыстыру арқылы зерттеу. Сөздік (мәтіндік) модельдер ажыратылады; математикалық; ақпараттық модельдер; графикалық модельдер.

Модельдеу әдісі коммуникациялық процестерді зерттеуде кеңінен қолданылады.

Жүйелі көзқарас. Жүйелік тәсілмен объект элементтердің белгілі бір жиынтығы ретінде қарастырылады, олардың өзара байланысы осы жиынның тұтас интегралдық қасиеттерін анықтайды. Бұл тәсіл талдау сияқты жалпы логикалық әдістерді қолдануға негізделген - жүйелік бүтіннің әртүрлі күрделілік деңгейлерінің құрамдас бөліктеріне ыдырауы және синтез - оның құрамдас элементтері, компоненттері немесе ішкі жүйелерінде жоқ тұтастықтың интегралдық қасиеттерін қарастыру. .

Салыстыру әдісі – объектілердің ұқсастығы немесе айырмашылығы туралы пайымдауларға негізделген танымдық операция. Салыстыру арқылы олардың сапалық және сандық сипаттамалары ашылады.

Салыстырмалы тарихи. Оның көмегімен белгілі бір ортақ негізі бар бір құбылыстың немесе қатар өмір сүретін құбылыстардың дамуының әртүрлі кезеңдері белгілі.

Жеке ғылыми әдістер – ғылымның сол немесе басқа салаларында – механикада, физикада, химияда, биологияда қолданылатын әдістердің, зерттеу әдістерінің және таным процедураларының жиынтығы.

Әлеуметтанулық әдіс – эмпирикалық мәліметтерді жинауға және талдауға бағытталған нақты социологиялық зерттеулерге арналған әдістердің жиынтығы.

Бихевиористік әдіс адамның және жануарлардың мінез-құлқын қоршаған ортаның тітіркендіргіштеріне моторлы, сөздік және эмоционалдық реакциялар жиынтығы ретінде түсінуге негізделген.

Контентті талдау әдісі бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік құрылымдар арасындағы байланыс сипатын ашатын теориялық зерттеулерде де қолданылады.

• Коммуникация теориясы ғылыми білімнің салыстырмалы тұрғыда жаңа саласы және елімізде соңғы 10 жылдықта назар аударыла бастады. Коммуникация ұғымы әлеуметтік гуманитарлық білімдердің ғылыми сипатына кіреді. Коммуникацияның 126-ға жуық анықтамасы бар. Оны пән ретінде АҚШ пен Еуропада оқыту қалыптасқан.



MyShared

Бақылау әдісі алдын ала зерттеу материалын жинау және алынған эмпирикалық мәліметтерді бақылау кезінде қолданылады.

Социометриялық әдісті, оның арнайы сауалнама процедураларын, өлшеулер мен есептеулерді қолдана отырып, олар топтық іс-әрекеттегі әлеуметтік мінез-құлық типологиясын зерттейді, топ мүшелерінің бірігуі мен үйлесімділігін бағалайды.

Коммуникация теориясының функциялары.

іске асыру, біріншіден, зерттелетін объектіні (құбылысты) сипаттауды, алынған зерттеу материалын жинақтауды және оны жүйелеуді қамтитын танымдық функция, екіншіден, коммуникация теориясының когнитивтік қызметі түсіндіретін негізгі концептуалды парадигмаларды дамытуға бағытталған; байланыс, ақпарат алмасу және өзара әрекеттесу механизмдері.

Қарым-қатынас теориясының әдіснамалық қызметі, біріншіден, коммуникативті шындықты ғылыми танудың тиімді жолын жасау болып табылады. Екіншіден, бұл функция коммуникациялық цикл туралы ғылымдар шеңберінде коммуникацияны зерттеудің бүкіл кешені үшін білімнің бастапқы принциптерін әзірлеуден тұрады.

болжамдық функция – ол, біріншіден, әлеуметтік коммуникацияның дамуының жақын және ұзақ мерзімді перспективаларын анықтауды қамтиды; екіншіден, әзірленген және енгізілген техникалық байланыс жүйелерін олардан күтілетін нәтиже тұрғысынан ертерек ғылыми сараптау; үшіншіден, олардың ықтимал салдары мен нәтижелерін анықтау мақсатында қоғамдағы коммуникациялық процестерді модельдеу;

коммуникация теориясының практикалық (аспаптық) функциясы коммуникация процесін оңтайландыру, коммуникация процесінің объективті және субъективті факторларын ескере отырып, тиімді коммуникациялық стратегияға қол жеткізу бойынша ұсыныстар әзірлеу сияқты маңызды мәселелерді шешуге мүмкіндік береді.

tion). Сонымен қатар, соғыс жағдайында бұл әдіс жаудың үгіт-насихатын, жау елінің халқының рухын, сол елде болып жатқан оқиғаларды кең көлемде зерттеудің бірден-бір мүмкіндігі болды. Лассуэлл Г.1 еңбектерінде, оның есімі осы әдістің маңызды принциптерін дамытуға белгілі бір үлеспен байланысты, үгіт-насихат мәтіндерін зерттеудің негізгі мақсаты келесідей: үгіт-насихатшының кезекпен назарға не қоятынын анықтау. аудитория арасында белгілі бір әсерге жету. Қазіргі уақытта мазмұнды талдау әдісі әртүрлі құжаттарды талдаудың ең қуатты құралына айналды. Саясаттану

зерттеулерінде мазмұнды талдау әртүрлі мәтіндік құжаттарды талдауға мүмкіндік береді, демек, мысалы, белгілі бір партияның бейнесін жасауға мүмкіндік береді. Мазмұнды талдаудағы мәтіндер кітаптар, кітап тараулары, эсселер, сұхбаттар, пікірталастар, газет мақалаларының тақырыптары мен мақалалардың өздері, тарихи құжаттар, күнделік жазбалары, баяндамалар, жарнама мәтіндері және т.б.

Мазмұнды талдау (ағылш. *content analysis*) – әлеуметтік шындықтың күйлері мен қасиеттері туралы хабарламалардың мазмұндық сипаттамаларын анықтау технологиясы. Егер талдау мәтінде белгілі бір мазмұндық айнымалылардың кездесу жиілігін анықтауға бағытталса, онда ол сандық деп аталады; Тиісінше, егер талдау белгілі бір мазмұндық сипаттаманың бар немесе жоқтығын анықтау негізінде хабарламаның сипатын анықтауға мүмкіндік берсе, онда ол сапалы деп аталады.

Мазмұнды талдау ақпараттың тапшылығы жағдайында, сондай-ақ сөйлеушімен тікелей байланыс орнату мүмкіндігі болмаған жағдайда, хабарлама авторын лингвистикалық сәйкестендіру қажет болған жағдайда қолданылады және үлкен көлемде талдау жасау қажет. әртүрлі дереккөздерде қамтылған ақпарат. Контент-анализдің мақсаты – дискурстардың лингвистикалық сипаттамаларынан олардың астарындағы экстралингвистикалық шындыққа (автордың жеке ерекшеліктері, оның мақсаттары, мінез-құлқы, құндылықтары) көшу, вербалды хабарларды (газеттік мақалаларды) бейвербалдыға аудару.

Контентті талдаудың ерекшелігі қарапайым жиіліктерді анықтауда ғана емес, яғни. кез келген лексикалық бірліктердің кездесуі, бірақ бірлік жиілігі мен мәтіннің ұзындығын салыстыру. Мазмұндық айнымалының не екеніне байланысты мәтіннің ұзындығын ондағы сөздердің, сөйлемдердің, абзацтардың және т.б.

Мұндай мәтіндік талдаудың нақты мысалы ретінде 1994 және 1995 жылдары Б.Клинтонның елге жолдаған президенттік жолдауларын талдауды келтіруге болады. Бұл хабарламалар 7 000-нан 10 000 сөзге дейін болады. 1994, 1995

жылдардағы хабарламалардағы салыстырмалы жиіліктердің өзгеруіне қарай экономикаға, ел бюджетіне, білімге, қылмысқа, отбасы мәселелеріне, халықаралық істерге, әлеуметтік көмекке және т.б. түрлі салалардағы мемлекеттік саясатта. Сол. Бұл тақырыптардың барлығы екі хабарламада да көрініс тапты, бірақ олардың бірінде кейбір тақырыптарға көбірек, екіншісінде азырақ назар аударылды. Мысалы, 1995 жылғы Жолдауда тәрбие және отбасы мәселелеріне көбірек көңіл бөлінді, бірақ қылмысқа, халықаралық істерге, әлеуметтік көмекке аз көңіл бөлінді. Бұл АҚШ үкіметінің басымдықтарын бағалауға негіз болды.

Талдаудың сапалық және сандық тәсілдерінің айырмашылығын мысалдар арқылы көрсетуге болады. 50-жылдары Батыс сарапшылары «Правда» газетіндегі мақалаларды сандық талдау негізінде Сталинге сілтемелер санының күрт төмендегенін анықтады. Осыдан олар Сталиннің ізбасарлары одан алыстауға тырысады деген қисынды қорытынды жасады.

Екінші жағынан, сапалы талдаушы КСРО-ның Ұлы Отан соғысындағы жеңісіне арналған партиялық қайраткерлердің бірінің көпшілік алдында сөйлеген сөзінде Сталиннің мүлде аталмағаны туралы бір ғана фактіге сүйене отырып осындай қорытынды жасай алады. Бұл бұрын ойланбайтын еді. Бұл жұмыста саяси және әлеуметтанулық зерттеулерде сандық мазмұнды талдауды қолдану талқыланады.

Әрине, сандық мазмұнды талдауды кеңінен қолдану туралы айта алмаймыз. Егер біз бірегей құжаттармен айналысатын болсақ немесе өте күрделі құбылыстардың сипаттамасымен бетпе-бет келсек немесе деректер жаппай өңдеуге жеткіліксіз болса, олар репрезентативтік емес болса, бұл әдісті қолдану негізсіз болар еді. Сандық мәтінді талдау әдісінің негізін салушылардың бірі Берелсон Б.1 пікірі бойынша, егер бір ретті деректерді салыстыру кезінде жоғары дәлдік қажет болса, егер қажетті көлем болса, деректерді талдаудың сандық әдісін қолданған дұрыс. материал бар және ол өкілдік болып табылады.

Соңғы жылдары Ресей ғылым академиясының Әлеуметтану институты ақпаратты өңдеу деңгейіне қойылатын заманауи талаптарға жауап беретін бірқатар бағдарламалық жүйелерді құрды: «MAX» сараптамалық диагностикалық жүйесі, «ALEX» бағдарламасы, мазмұнды талдау жүйесі, «KSENIA» бағдарламасы және т.б. Контентті талдау жүйесі кез келген типтегі мәтіндерді зерттеуге арналған, сандық және сапалық талдау тәсілдері. Бұл жүйе аудиторияның әлеуметтік-психологиялық қажеттіліктерін зерттеуге, хаттарды, құжаттарды талдауға, мәтіндердің авторлығын анықтауға мүмкіндік береді және ақпараттық желілердегі ақпарат ағынын талдау үшін пайдаланылуы мүмкін. Мысалы, «Content Analysis» бағдарламасын ORT телекомпаниясы Интернет арқылы қолжетімді ақпарат пен ақпараттық массивтерді автоматты түрде таңдау үшін пайдаланады.[1]

Қолжетімді (яғни, мақсатты емес) құжаттармен жұмыс істеудегі негізгі қиындық - зерттеу гипотеза тілінде деректерді оқу мүмкіндігі. Материалдарды талдауды бастамас бұрын зерттеуші мәтіндегі негізгі ұғымдардың көрсеткіштерін (белгілерін) табуы қажет.

Құжаттарды сапалы талдау барлық сандық операциялардың міндетті шарты болып табылады. Айта кету керек, мәтіндерді сандық бағалау әрқашан орынды бола бермейді. Жоғарыда айтылғандай, егер біз бірегей құжатпен айналысатын болсақ, мәтіндік сандық талдауға жүгіну дұрыс емес. Мұнда зерттеудің негізгі мақсаты материалды жан-жақты мазмұнды түсіндіру болады. Бір ретті деректерді салыстыру кезінде жоғары дәлдік дәрежесі қажет болса, сондай-ақ жиынтық бағалаусыз қамту мүмкін емес мәтіндік материалдың артық болуы кезінде мәтінді сандық талдау орынды. Мәтін мазмұны басқа сандық сипаттамалармен салыстырылса, сандық талдауды қолданған жөн. Мысалы, статистикалық таралымда көрсетілген газет хабарламаларының ерекшеліктері жазылушылар санымен және олардың осы материалдар туралы пікірлерімен салыстырылады, сонымен қатар сандық түрде көрсетіледі.

Мәтіндік материалды сандық анықтау кеңінен таралып, 40-жылдары ол үшін «контенттік талдау» деп аталатын арнайы процедура әзірленді. Контенттік талдау – бұл кейіннен статистикалық өңдеумен бірге бұқаралық мәтіндік ақпаратты (пленкаға немесе басқа тасымалдаушыларға жазылған) сандық көрсеткіштерге аудару. Оның негізгі операцияларын американдық әлеуметтанушылар Г.Лассуэлл және Б.Берелсон әзірледі. Ол негізгі терминдерді, ұрандар мен доктриналарды ақпаратты тұтынушылардың қалай түсінетіндігі тұрғысынан зерттеуді қамтитын мәтіндерді семантикалық талдау әдістерін әзірлейді. Оның саяси коммуникацияның сандық мазмұнын талдау мәселесіне деген көзқарастары классикалық сипатқа ие болды. Лассвелл Г.-ның белгілі тұжырымы бойынша, «қарым-қатынас актісі» «кім – немен байланысады – қандай арна арқылы – кімге – қандай әсермен?» деген сұрақтарға жауап беретіндей қарастырылады.

3.2 Коммуникация ғылымындағы мазмұнды талдау

Мазмұнды талдау әдісінің тууы 19-20 ғасырлар тоғысында орын алады. Бұл кезеңдегі қоғам туралы ғылымда әлеуметтану үрдісі байқалады, сонымен қатар мұндай әдіске «субъективті» қажеттілік бар: журналистика теоретиктері мен практиктері бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі мен мүмкіндіктері туралы көп айтады. қоғам. Мәтіндер бұқараға әсер етудің орасан зор күші бар деп күдіктенеді. Бұқаралық коммуникацияның алғашқы теорияларында қоғамдық бұқара өсіп келе жатқан үгіт-насихат машинасынан қорғансыз ретінде көрсетілді. Контент-талдау әдісі алғашында бұқаралық насихаттың тиімділігін зерттеу үшін пайдаланылды (бұл немесе басқа БАҚ мәтіні қандай әсер етеді, адамдарға үлкен әсер қалдыратын мәтіндерді қалай жасауға болады).

Коммуникацияты зерттегенде, кейде бірінің орнына бірін-бірі алмастыратын мағынада қолданылатын «коммуникация», «коммуникация» және «сөйлеу әрекеті» ұғымдарымен жұмыс істеу керек, ал бұл ұғымдарды білдіретін сөздер көбінесе синонимдер ретінде қолданылады, әсіресе «байланыс» және «коммуникация» ».

«Коммуникация» сөзі көбінесе қатаң терминологиялық мағынада қолданылмайды және әңгімелесушілер арасында ой, ақпарат және тіпті эмоционалдық тәжірибе алмасу процесін білдіреді. Әлеуметтанушылар коммуникацияты ең алдымен адам әрекетінің әлеуметтік шартты түрі ретінде, лингвистер – әртүрлі сөйлеу жағдаяттарында тілдің коммуникативті қызметін өзекті ету ретінде қарастырады. Ғылыми термин ретінде «коммуникация» психологияда қолданылады және ақпарат алмасу мақсатында бірлескен іс-әрекетте адамдар арасында байланыс орнату және дамыту процесін білдіреді. «Коммуникация» термині (латын тіліндегі *communicatio* «Мен оны ортақ етемін, мен байланыстырамын») 20 ғасырдың басында ғылыми әдебиеттерде кездеседі материалдық және рухани дүниенің, ә) коммуникация – ақпараттың адамнан адамға берілуі, б) қоғамда оған әсер ету мақсатында ақпарат беру және алмасу.

Әлеуметтік коммуникация үшін терминнің үш түсіндірмесі де маңызды: біріншісі табиғаты, құрылымы, қызметі және тиімділігі жағынан әртүрлі коммуникация құралдарын дифференциациялау және жүйелеу мәселелерімен байланысты; екіншісі тұлғааралық коммуникация мәселелерімен байланысты; үшінші – бұқаралық коммуникация мәселелерімен. Коммуникация жеке және әлеуметтік саналы ақпарат арасындағы делдал қызметін атқарады. Коммуникацияның негізгі мәселесі - ақпаратты беру мен қабылдаудың жеке процесін жеке және бұқаралық әсер етудің әлеуметтік маңызды процесіне айналдыратын механизм. Бұл механизм адамдардың сөйлеу әрекетіне тән - ол коммуникацияның әлеуметтік анықталған нормалары мен ережелері жүзеге асырылады.

«Сөйлеу әрекеті» термині де екіұшты түрде түсініледі. Тіл білімінде сөйлеу әрекеті тілдің сөйлеуді ұйымдастыру және тіл жүйесімен қатар ерекшеленетін бір қыры ретінде қарастырылады. Бұл «сөйлеу мен түсінудің жеке әрекеттерінің жиынтығын қамтитын тілдік материал» (Щерба. 1974)¹. Сөйлеу әрекетінің келесі түрлері ажыратылады: сөйлеу, тыңдау (тыңдау), оқу және

жазу. Сөйлеу әрекетін бұлай түсіну (шетелдік) тілдерді оқыту әдістемесінде де қолданылады.

Сонымен, коммуникация, коммуникация және сөйлеу әрекеті ұғымдары ортақ және ерекше белгілерді қамтиды. Ортақ белгілері олардың ақпарат алмасу және беру процестерімен корреляциясы, коммуникация құралы ретінде тілмен байланысы және коммуниканттардың әлеуметтік-вербалды мінез-құлқымен байланысы. Айырықша белгілер бұл ұғымдардың (тар және кең) мазмұнының ауқымының айырмашылығына байланысты, бұл олардың аралас ғылымдарда немесе тіпті бір ғылыми пәннің әртүрлі аспектілерінде қолданылуымен түсіндіріледі, бұл күрделі ұғымдардың белгілі бір белгілері пайда болған кезде. алға.

Коммуникация - бұл адамдардың танымдық, еңбек және шығармашылық іс-әрекетінің әртүрлі салаларында негізінен вербальды коммуникация құралдары арқылы жүзеге асырылатын ойлар мен сезімдер алмасуының әлеуметтік анықталған процесі.

Коммуникация - бұл әртүрлі коммуникация құралдарын (вербальды, вербалды емес және т.

Сөйлеу әрекеті – қоғамда қабылданған сөйлеу ережелері мен нормаларымен анықталатын, әлеуметтік маңызды жағдайларда адамдардың уәжді сөйлеу әрекеттерінің жүйесі.

Коммуникация - сөйлеу әрекетінің нормаларына сәйкес нақты жағдайларда жүзеге асырылатын мақсатты коммуникация.

Негізгі әдебиеттер:

1. **Котлер, Ф., & Келлер, К. Л.** (2016). *Маркетинг менеджменті*. Алматы: Энергия.
2. **Шеннон, К. Э., & Уивер, У.** (1963). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
3. **Лассуэлл, Х. Д.** (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In: Wilbur Schramm (Ed.), *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
4. **Мадигов, К. С.** (2021). *Коммуникация: теория и практика*. Алматы: Қазақ университеті.

5. **Додонов, В. Н.** (2017). *Основы теории коммуникации*. Санкт-Петербург: Питер.

Қосымша 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.

Интернет-ресурстар:

11. **Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі.** (n.d.). *Коммуникацияның негізгі аспектілері*. <https://www.edu.gov.kz/>

Медиа және коммуникацияны зерттеу орталығы. (n.d.). *Анализ медийных трендов*. <http://mediacentre.kz/>