

Ұ.М. Есенбекова 

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ.,
e-mail: ultmudde@mail.ru

ЦИФРЛЫҚ ОРТАДА ӘЛЕУМЕТТІК-САЯСИ КОММУНИКАЦИЯНЫҢ ТҮРЛЕНУ СЕБЕПТЕРІ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМИ ДЕФИНИЦИЯНЫ НАҚТЫЛАУ

Мақалада жаңа дәуірдегі әлеуметтік қатынастардың түрленуі және оларды коммуникациялық формалар арқылы бекіту мәселелері, әлеуметтік-саяси коммуникациялық ықпалдасу мен осы процестерді зерттеуде қолданылатын ғылыми дефиницияларды жетілдіру, біріздендіру проблемалары қаралған. Саяси теорияның контекстінде коммуникация ұғымы өзара ақпарат алмасу мен ақпараттың қоғамға таралу үрдісімен байланысты қаралады. Бұл жағдай саяси-әлеуметтік коммуникация феноменін талдауда микро мен макро деңгейлі тәсілдемелердің арасында туындайтын қарама-қайшылықтарды анықтаудың маңызын бірінші кезекке шығаруда.

Зерттеу жұмысының мақсаты. Автор зерттеу жұмысында саяси коммуникация теориясының басты модельдерін талдай отырып, орталықтандырылған бір бағытты коммуникацияның орнын аудитория мен саяси-коммуникациялық процестердің қатысушылары арасында кері байланыс күшейтілген ақпарат тарату формалары алмастырады деген болжамды дәлелдеуді мақсат еткен. Өйткені, цифрлық технологиялардың дамуы басқарушы мен бағынышты арасындағы коммуникативтік «вертикалды» байланыстармен қатар «горизонталды» коммуникативтік-ақпараттық ағындардың ұлғаюына бастайтын болады деген тұжырым жасайды.

Зерттеу жұмысының құндылығына саяси құрылымдар мен қоғам арасындағы кері қатынастың болмауы мен азаматтардың саяси-қоғамдық белсенділігінің төмендеуінің арасындағы байланыстың бар екенін анықтауды, бұл байланыс биліктің іс-әрекетіне деген наразылықты күшейтетін фактор деп бағалануын жатқызамыз. Зерттеу әдістемесіне бақылау және салыстыру, сипаттау сияқты тәсілдермен қатар, құжаттарды жүйелеу және социометриялық әдіс-тәсілдер қолданылды.

Ғылыми мақаланың нәтижесі. Мақалада цифрлық ортаның ықпалымен әлеуметтік-саяси коммуникацияның орны мен құзыреттерінің өзгерістері жақсы жүйеленіп, сарапталған. Әлеуметтік-саяси коммуникациялық ықпалдасу процестерін зерттеуде қолданылатын ғылыми дефиницияларды жетілдіру, біріздендіру проблемаларын шешуде ұсыныстар жасалған. Мысалы, автор «бұқаралық коммуникация құралдары» мен «бұқаралық ақпарат құралдары» сияқты ұғымдардың қолдану тарихын жан-жақты зерттеп, олардың дұрыс анықтамаларын терең дәлелдермен сипаттап берген.

Мақала қорытындысында әлеуметтік процестердің саяси өмірдегі ықпалы мен серпінін күшейтетін коммуникативтік тәсілдер қоғамдағы белсенділікті өсіретін факторлар екені көрсетілген. Саяси коммуникацияның басты функциясы – елдегі қоғамдық жүйені ішкі және сыртқы жағдаяттарға икемдеуді, ұлттық мүддені қорғау екені тұжырымдалған.

Түйін сөздер: коммуникациялық ықпалдасу, вертикалды коммуникация, саяси акторлар, әлеуметтену, медиакратия.

U.M. Yessenbekova

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Nur-Sultan,
e-mail: ultmudde@mail.ru

Transformation of socio-political communication in the digital age and clarification of scientific definitions

The article examines the issues of transformation of social relations and their strengthening through the forms of communication in the new era, the problems of integration of socio-political communication and the improvement of scientific definitions, the processes used.

The purpose of the investigation. Analyzing the basic models of the theory of political communication, the author tries to prove the hypothesis that instead of centralized one-way communication comes a form of information dissemination with enhanced feedback communication and inter-audit communication. This is due to the fact that digital technologies lead to the increase of "horizontal" streams with

“vertical” communication between participants in the exchange of information. The value of research. The author establishes interdependence between the reduction of political and social activity of the citizen and the absence of feedback from the political structure with society. Such dependence is valued as a factor that aggravates the dissatisfaction of society with the actions of the authorities. Metodologiya research includes in itself such scientific methods as observation and comparison, writing, systematization of facts and sociometric methods.

Results of the scientific article. The article systematizes and analyzes the role and changes in the competencies of socio-political communication in the conditions of rapid development of the digital environment. Recommendations on the unification of scientific definitions used in the study of the processes of socio-political communication are developed. For example, on the basis of official documents are given the grounds for the use of the concept of “means of mass communications” and “means of mass information”.

The article highlights the communicative approaches that enhance the influence and dynamics of social processes in political life and are factors that increase activity in society.

Key words: communication interaction, vertical communication, political actors, socialization, mediocracy.

У.М. Есенбекова

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Нур-Султан,
e-mail: ultmudde@mail.ru

Трансформация социально-политической коммуникации в цифровую эпоху и уточнение научной дефиниции

В статье исследованы вопросы трансформации социальных отношений и их укрепление через формы коммуникации в новую эпоху, проблемы интеграции социально-политической коммуникации и совершенствования научных определений, используемых при изучении этих процессов. В контексте политической теории понятие коммуникации рассматривается в связи с процессом взаимного обмена информацией и ее распространения в обществе. Такая ситуация подчеркивает важность выявления противоречий между микро- и макроуровневыми подходами при анализе феномена политической и социальной коммуникации.

Цель исследования. Анализируя основные модели теории политической коммуникации, автор пытается доказать гипотезу о том, что вместо централизованной односторонней коммуникации приходят формы распространения информации с усиленной обратной связью между аудиторией и участниками политических и коммуникационных процессов. Это связано с тем, что цифровые технологии приводят к увеличению «горизонтальных» потоков наряду с «вертикальной» коммуникацией между участниками обмена информацией.

Ценность исследования. Автор устанавливает зависимость между снижением политической и социальной активности граждан и отсутствием обратной связи политических структур с обществом. Такая зависимость оценивается как фактор, усиливающий недовольство общества действиями властей. Методология исследования включает в себя такие научные методы, как наблюдение и сравнение, описание, систематизация источников и социометрические методы.

Результаты научной статьи. В статье систематизированы и анализированы роль и изменения компетенций социально-политической коммуникации в условиях быстрого развития цифровой среды. Выработаны рекомендации по унификации научных дефиниций, используемых при изучении процессов социально-политической коммуникации. Например, на основании официальных документов приведены обоснования использования понятий «средства массовых коммуникаций» и «средства массовой информации».

В статье выделены коммуникативные подходы, которые усиливают влияние и динамику социальных процессов в политической жизни и являются факторами, повышающими активность в обществе. По мнению автора, основной функцией политической коммуникации являются адаптация социальной системы страны к внутренним и внешним условиям, защита национальных интересов.

Ключевые слова: коммуникационное взаимодействие, вертикальная коммуникация, политические акторы, социализация, медиакратия.

Кіріспе

Жекелеген индивидтер мен тұлғалар арасындағы коммуникацияны, қоғамдық институттар мен ірі әлеуметтік топтардың ақпараттық ықпалдасуы мен саяси-экономикалық салада өзара әрекеттесу құбылысын түсіндіретін негізгі тұжырымдардың генезисі мен дамуын талдау коммуникациялық процестердің әлеуметтік қатынастарға әсерін дұрыс болжау үшін керек. Бұл жерде саяси-әлеуметтік әрекеттесудің тұжырымдарының генезисі деп – саяси-әлеуметтік әрекеттесудің ғылыми категория түрінде пайда болуы мен шығу себептерін, қалыптасуы мен дамуын, жойылуын түсінеміз.

Коммуникацияның қажетті және жеткілікті шарттарына: таңдалған мақсаттың, екі немесе одан да көп қатысушылардың, хабарламаның, тарату каналдарының және хабарлама мән-мәтінінің болуын жатқызамыз. Коммуникация адам өмірінің барлық салаларын қамтиды және әлеуметтік, саяси, экономикалық жүйелердің жұмыс істеуінің міндетті атрибутын құрайды.

Билікті жеңіп алу, ұстап тұру және қолданумен байланысты саяси акторлардың қызметінде туындайтын өзара қатынастары бір актордан екінші акторға немесе қоршаған әлеуметтік ортаға түрлі хабарламаларды жеткізуге арналған коммуникациялық формалардан байқалады. Коммуникация формаларында саяси коммуникация саяси-әлеуметтік қызметтің ажырамас қасиеті болып танылады. Және саяси коммуникация тілдің және басқа символдық пішіндердің көмегімен ақпарат тасымалдауды мақсат еткен жеке және жиынтық акторлардың бірлескен қимылының өзгеше формасындағы әлеуметтік коммуникацияның дербес түрі.

Ақпараттық ықпалдасудың өзгеше формасының ерекшелігі – экономикалық, саяси салалармен байланысты ақпараттың ерекше тақырыптық бағдары мен коммуникацияның әлеуметтік-саяси үрдістердің жүргізілу барысына әсер ету мақсатына тәуелді. Саяси теорияның контекстінде коммуникация ұғымы саяси акторлардың, бір жағынан, билікке қатысты өзара ақпараттық қатынасын, екінші жағынан, саяси мағыналы ақпараттың қоғамға таралу үрдісін білдіреді. Екеуі де бірімен-бірі тығыз байланысқан: индивидтердің жеке немесе топтасып ықпалдасуы ақпараттық әрекеттесуді және ақпарат алмасуға бағытталса, ақпарат таратудың мәні – қолданылған каналдар мен техникалық құралдардың түрлеріне қарамастан адресаты (*индивид, ұйым және қауымдастықтың*) ай-

қындалған кезде ғана пайда болады. Бұл жағдай саяси-әлеуметтік коммуникация феноменін талдауда микро мен макро деңгейлі тәсілдемелердің арасында айтарлықтай қарама-қайшылықтар жоқтығын көрсетіп, оларды біріктіріп жинақтау мүмкіндігін туғызады. Саяси коммуникацияның теориялық модельдерінің генезисі мен эволюциясын талдай отырып, «хабар тарату моделі» үлгісіндегі бір бағытты, орталықтандырылған коммуникацияның орнын аудитория мен саяси-коммуникациялық процестердің қатысушылары арасында кері байланыс күшейтілген ақпаратпен бөлісу формалары біртіндеп алмастырып жатқан тенденцияның ашықтығын тұжырымдай аламыз.

Әдебиетке шолу және қолданылған ғылыми методологиялар

Мақаланы дайындау барысында жаңа дәуірдегі әлеуметтік қатынастар мен олардың коммуникациялық формалардың көмегімен дамуына байланысты жазылған жиырмадан асатын ғылыми әдебиеттер мен мақалалар сарапталды. Библиографиялық тізімде көрсетілген ғалымдардың еңбектері саяси теорияның құрамдас бөлігіне жатқызылатын коммуникация ұғымы өзара ақпарат алмасу мен ақпараттың қоғамға таралу үрдісіне тәуелді екенін анықтау барысында қолданды (Lasarsfeld, 1971; Санстебан, 1992; Mc Lean, 1991; Thomas and et., 2014).

Саяси коммуникация теориясының басты модельдерін талдау арқылы бір бағытты коммуникацияның орнын аудитория мен әлеуметтік коммуникациялық процестердің қатысушылары арасында кері байланыс күшейтілген ақпарат тарату формалары алмастырады деген болжамды дәлелдеуге болады. Цифрлық технологиялардың дамуы коммуникативтік «вертикалды» байланыстармен қатар «горизонталды» коммуникативтік-ақпараттық ағындардың ұлғаюына бастайтын болады деген тұжырым жасауға мүмкіндік береді. Осы бағыттағы зерттеулерді батыстық және ресейлік ғалымдардың еңбектерінен кездестіре аламыз (Castells, 2016; Fukuyama, 2014; Coleman, 2001; Сабитов, 1999).

Саяси құрылымдар мен қоғам арасындағы кері байланыстың болмауы мен азаматтардың саяси-қоғамдық белсенділігінің төмендеуінің арасындағы байланысты анықтау әлеуметтік коммуникацияның тиімділігін өлшеуде маңызды рөл атқарады. Бұндай байланыстардың биліктің іс-әрекетіне деген наразылықты күшейтетін фактор деп бағалануын және осы тақырыптағы зерттеулердің *күрделілігін шетелдік ғалымдардың еңбектерінен байқауға болады* (Хабермас, 2000; Nair, 2019; Seligmen, 2002).

Цифрлық ортаның ықпалымен әлеуметтік-саяси коммуникацияның орны мен құзыреттерінің өзгерістерін талдауда ғылыми жүйеленіп, сарапталған еңбектердің орны бөлек. Бұл жерде үлкен проблемалық түйін де бар. Әлеуметтік-саяси коммуникациялық ықпалдасу процестерін зерттеуде қолданылатын ғылыми дефиницияларды жетілдіру қажеттігі мен біріздендіру проблемаларын шешудің өзектілігін көптеген ғалымдар айтып жүр. «Бұқаралық коммуникация құралдары» мен «бұқаралық ақпарат құралдары» сияқты ұғымдардың қолдану тарихын жан-жақты зерттеу, олардың дұрыс анықтамаларын терең дәлелдермен сипаттаудың қажеттігі медиа саласын зерттеуші ғалымдардың еңбектерінде жиі кездеседі (Miller, 1994; Strauss, Corbin, 2012).

Бұл жағдайдың дұрыс шешілуі саяси-әлеуметтік коммуникация феноменін талдауда микро мен макро деңгейлі тәсілдемелердің арасында туындайтын қарама-қайшылықтарды жоюға дұрыс бағдар болары анық. Мақаланы дайындауда автор бақылау және салыстыру, сипаттау сияқты тәсілдермен қатар, құжаттарды жүйелеу және социометриялық әдіс-тәсілдерді қолданған. Авторлық болжамдар мен тұжырымдарды дәлелдеуде 2020 жылдың желтоқсанында Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-дің білім алушыларының көмегімен жүргізілген сараптамалық сауалнаманың нәтижелері қолданылды. Сауалнамаға 50-ден аса адам қатысқан, барлығы жоғары білімді. Олардың ішінде білім алушылармен қатар экономиканың әртүрлі салаларында жұмыс істейтін қызметкерлер мен зейнеткерлер бар.

Автордың қолданған материалдары мазмұндық жағынан тақырыптың ауқымын өсіруге, мақалада айтылатын ой-тұжырымдар мен болжамдарды дәлелдеуге толымды негіз болды. Батыс пен Азия, ресейлік және қазақ ғалымдарының пікірлері қатал сынның елегінен өткізілді, қазақ медиа ортаның жағдайында қолданылу ықтималдығы тұрғысынан зерттелді.

Негізгі бөлім. Талқылау

Азаматтық қоғам институттары нығайып, цифрлық технологиялардың дамуы мен жаңа бұқаралық коммуникация құралдарының пайда болу кезеңінде қоғамдағы дәстүрлі басқарушы мен бағынышты арасындағы «вертикалды» коммуникативтік байланыстармен бірге «горизонталды» коммуникативтік-ақпараттық ағындардың ұлғаюы байқалатын болады. Алайда, бұның өзі де электоралды коммуникация аясындағы манипулятивтік (*бұрмалау*) технологиялардың таралуына кедергі бола алмайды.

Қоғамдағы бұқаралық коммуникация жеке тұлғалар өздеріне бағытталған хабарламаларды қабылдап, түсінуге қабілетті деп пайымдайды. Коммуникаторлар мақсатты аудиториясына тиісті хабарламаны жеткізіп, реципиенттің өздеріне қажетті реакциясын алуға күш салады. Бұл жерде олар өздерінің коммуникативтік іс-әрекеттерін бақылап, жіті сүзгіден өткізіп түзетіп отыруға міндетті (Мангейм Дж. Б., Рич, 1997; Ахатова, 2006).

Егерде саяси құрылымдар мен қоғам арасындағы кері байланыстың тиімді механизмдері қосылмаса, онда азаматтардың электоралды және саяси белсенділігінің төмендеуін, биліктің қимыл-қозғалыстарына наразылығын болжауға болады. Қателік түзетілмесе саяси жүйе мен қоғамдағы тұрақтылыққа қатер төндіру ықтималдығы жоғарылайды.

Қазақстандық бұқаралық коммуникация құралдарының қалыптасуындағы саяси-экономикалық және әлеуметтік аспектілерді талдауда коммуникациялық жүйенің негізгі акторларын, олардың бір-бірімен қарым-қатынасының эволюциясына көңіл бөлінуі тиіс. Және де бұл қарым-қатынастағы өзгерістер ғаламдық модернизацияның беталысы мен елдегі саяси демократиялық процестерден бөліп қаралмайды. Қоғамдық-саяси процестердің феноменін түсіндіретін тұжырымдарды сараптауда саяси акторлардың қоғамды дамытушы рөліне барынша көңіл бөлінеді. Аталған контексте саяси актор деп саясатта, әлеуметтік немесе экономикалық процестерге жеке немесе ұжымдық қатысушы субъектіні қабылдаймыз. Мысалы, Қазақ мемлекеті халықаралық, аймақтық және ішкі саяси кеңістіктегі саяси актор, қоғамдағы жетекші әлеуметтік актор болып саналады.

Саяси процестер деп макро деңгейдегі саяси өмірдің серпінін көрсететін коммуникативтік актілер мен билік үшін, қаржылық үстемдік үшін күресетін саяси субъектілердің ықпалдасуын меңзейтін әлеуметтік құбылыстарды айтады. Бұндай кешенді процестер қоғамдағы белсенділіктің бірігуін көрсете отырып мемлекет пен қоғамның, әлеуметтік ортаның, мемлекеттік институттардың, жеке тұлғалардың ықпалдасу қағидаларын бекітеді. Сондықтан да, болашағын ойлаған Қазақ Елінде саяси процестердің басты функциясына елдегі саяси жүйенің ішкі және сыртқы жағдаяттарға икемделуін, ұлттық мүдденің қорғалуын жатқызылуын өмірлік қажеттіліктен туындаған бағыт деп бағалауға тиістіміз. Қоғамдық-саяси кеңістік тығыздалған кезде және саяси процестердің субъектілерінің

арасындағы бәсеке күшейген тұста БКҚ-ның рөлі жаңаша бағалана бастайды. Масс-медиа да әлеуметтік-саяси коммуникацияның негізгі акторы болып орнығады, трансформацияланады. Осы кезеңнен бастап бұқаралық медиа жүйесінің үдемелі эволюциясына жол ашылады (Giddens, 2011; Дөрбетханұлы, 2003).

Бұқаралық коммуникация әлеуметтік қатынастардың сан алуандығын қамти отырып, саяси субъектілердің мәдени құндылықтарын байқатады. Сонымен бірге, БКҚ әлеуметтік-саяси ақпаратты өзіне сіңіріп, тасымалдап, барлық ілгерілету технологиялары мен құралдарын ақпарат алмасу процесіне қосады. Осы жерде ұғымдық және терминологиялық аппаратта берілген дефинициялардың ішінен біздің ғылыми зерттеуімізде қабылдаған саяси субъекті мен саяси объектінің ұйғарымын тиянақтап алу қажет. Біздің зерттеуімізде саяси субъектілер деп – жеке тұлғаны, саяси лидерді, элита, әлеуметтік қауымдастықтар, этно-мәдени және қоғамдық ұйымдар, саяси партияларды, аймақтарды, мемлекетті, саяси объекті деп – саяси субъект ықпал ететін тұлғаны, азаматты, қоғамдағы топтарды, ұйымдарды анықтауды дұрыс көрдік.

Бұқаралық коммуникацияның басты акторлары (*саяси акторлар да*) аудиторияның басымдықтарын қалыптастырып, оның іс-қимылын реттеуді мақсат етеді. Бұқаралық коммуникация социумның ішкі қарым-қатынастарының ынтымақтаса дамуын көздейді. Ал, социум өз кезегінде коммуникаторға ықпал жасай алады. Коммуникатор серіктестеріне, басқа адамдарға әсер ете алатын танымал тұлға ретінде өзінің үлгісімен, сөзімен, интонациясымен адамдардан қажетті іс-әрекеттерді, жауаптарды ала алады. Коммуникатор байланыс жасауға нақты мақсаттарын айқындап алып, дайындалып барып қана кіріседі. Коммуникатордың қызметінде ескерілетін әлеуметтік қарым-қатынастар кешенді фактор түрінде индивидтерді функционалды алаңға жұмылдырып тұрақтылыққа, дамуға мүмкіндік туғызады. Сол қатынастар қоғамдық институттардың, акторлардың, әлеуметтік топтар мен мемлекеттік органдардың алуан түрлі коммуникативтік байланыстарына негіз болады (Sztompka, 2014; Қалиев, 2010).

Ақпараттық қоғам қалыптаса бастағанда саяси және көпшілік салалар туралы дәстүрлі түсініктер өзгереді, БКҚ қоғамдағы саяси субъектілердің басты құралы болып бекиді. Осындай жағдайда дамыған телекоммуникациялық жүйелер жаңа бұқаралық коммуникация түрлерін өмірге алып келеді, мемлекеттік жүйенің

платформасындағы бұқарамен байланыс формаларын жетілдіреді. Осылайша медиа жүйелердің әлеуметтік, экономикалық салалардағы функцияларында жаңа технологиялық шешімдерді көреміз. Әсіресе, бұндай технологиялық шешімдер ақпараттық, әлеуметтендіру, біріктіру, қалпына келтіру мен ойын-сауық, кері байланыс функцияларында жақсы көрініс табады.

Қазақ елінің медиа кеңістіктегі негізгі мейнстрим қандай мазмұнда көрініс беруде? Қоғамдағы басты талқылауға түскен сұрақтар, біріктіретін, тұрақтылықты бұзатын, шиеленісті өршітетін мәселелердің баршасы қалай басталып, қалай дамитынын көптеген мысалдардан байқауға болады. Ел мен тіл, жер, жастардың тәрбиесі, дәстүрдің сақталуы, ұлттың болашағы сияқты тағдырлы мәселелер қазақтілді аудитория тарапынан жоғары екпінмен талқыланады. Орыстілді аудиторияның таңдайтын тақырыптары, оларды мазалайтын, қызығушылығын туғызатын мәселелер тізімі мүлдем басқа. Олардан қала адамдарының проблемаларын көреміз, күнделікті сенсация, орыстілді ортаның жағдайы мен тұрмыстық, экономикалық өмірін, қазақ аудиториясын менсінбеу нышандарын табамыз. Осылайша, цифрлық ортадағы әлеуметтік-саяси коммуникацияның түрлену көріністерін анықтап, бұл процестерге жұмылдырылған топтардың портретін жасауға болады.

Жаңа медиа ортаның тағы бір ерекшелігі – бұқаралық коммуникация құралдары саяси акторлардан тыс, қоғамдық пікір жасайтын, билікке қысым көрсетуге қабілетті дербес актор болуға да лайық. БКҚ билік саласымен қабаттаса отырып қызмет істегенімен қажетті деңгейде тәуелсіз болуға деген бейімін де дамыта алады. Өйткені, олар түрлі процестердің ажырамас компоненті формасында әлеуметтік тұрақтылықтың белсенді элементтер жүйесін, бұқара халықтың іс-әрекетін әлеуметтік бақылау механизмін құрайды.

XXI ғасырмен өріле басталған ғылыми технологиялық ралли ғаламдық медиакратия үрдістерін жаңа арнаға бұрып жіберді. Геосаясаттан бастап, мемлекетаралық, аймақтық саяси процестер, халықаралық қаржы-экономикалық кеңістік медианың араласуынсыз дами алмайтын дәлелдеуде.

Медиа құралдар саяси биліктің заңдылығына кепілдік беріп, саяси процестерге бұқара халықты жақындатып, шешім қабылдау режимін ақпараттық ашық кеңістікке ығыстырып шығарды. Билік осындай ашық қадамдарға баруға мәжбүр. Өйткені, коммуникациялық құрал-

дардың жұмыс істеу қағидалары, миллиондаған аудиторияға бір мезетте ықпал ету, оларды топтастыру мүмкіндіктері биліктен де, қоғамның әрбір мүшесінен де ашықтықты, әділет пен шындықты талап етеді. Билік үшін күресте, саяси-әлеуметтік шынайылық үшін күресте аудиторияның сеніміне ие болып, аудиторияға ұнау да БКҚ-ның маңызын өсірді, функцияларын трансформациялады. Ақпараттандыру мен жеке тұлғаның әлеуметтік жүйеге кірігуі, сол ортаның нормаларын, құндылықтарын, ережелерін қабылдап мойындауы, бір сөзбен айтқанда, әлеуметтендіру функцияларын іске асыру үшін асқан дәлдікпен жүргізілетін санаға әсер ету, бұрмалау технологияларына деген сұранысты күшейтуде (Ибраев, 2008; Asadullina, 2009; Adali and et.; 2010).

Бұл жерде Қазақ еліне қатысты отандық телевизиядағы рекреациялық, яғни, қалпына келтіру мен ойын-сауық мазмұнындағы телеөнімдер арқылы жастарды әлеуметтендіру мәселесін түрлі технологиялармен шешуге болатынын айта кеткен жөн. Еліміздегі ақпараттық саясатқа қатысты айтылатын болжамдарда саяси-әлеуметтік саланың медиатизациясына көңіл бөлінуі тиіс.

Бұқара халықтың санасына әсер етуде коммуникация мүмкіндіктерін қолдану жыл сайын жаңарып, жетіліп отырады. Мүмкіндіктердің түрленуін коммуникацияның ғылыми-теориялық негіздеріне сүйеніп жасауға болады. Бұл жерде теориялық аппараттың анықтамалық базасын қалыптандыруда терминологияның дұрыс қолданылуына да назар аударған жөн. Ғылыми айналымда «бұқаралық коммуникация құралдары» және «бұқаралық ақпарат құралдары» деген тіркестер жиі қолданылады. Қазақ тіліндегі ғылыми еңбектерде, мерзімді баспасөзде, интернет ресурстарда «бұқаралық ақпарат құралдары» термині көп кездеседі.

Халықаралық ғылыми жарияланымдарда, шетелдік ғалымдардың еңбектерінде қазіргі процестерді сипаттайтын дұрыс тіркес бұқаралық коммуникация құралдары деп айтылады. Енді осы 2 ұғымның анықтамалық мазмұнына назар салайық.

КСРО-ның Министрлер Кеңесінде Телевизия мен радиотарату Мемлекеттік комитеті 1931-1991 жылдары жұмыс істеді. Алғашында радиотарату, радио ақпарат, 1957 жылы Радиотарату мен телевизия Комитеті, 1978 жылдан Телевизия мен радиотарату Мемлекеттік комитеті деп аталды. Дәл сондай құрылымдар Қазақ Кеңестік Социалистік Республикасы Министрлер Кеңесінің жанында да жұмыс істеді.

1991 жылы 31 тамыздағы Қазақстан Президентінің №413 Жарлығымен Қазақ КСР Баспа ісі және бұқаралық ақпарат министрлігі құрылып, ол Қазақстан Президентінің 1995 жылы 20 желтоқсандағы №2698 Жарлығымен министрлік мәртебесі Ұлттық агенттік болып өзгертілді. Ұлттық агенттік 1997 жылдың қазанында Ақпарат және қоғамдық келісім министрлігі болса, мәдениет саласы осы орталық органның құзыретіне берілген соң 1999 жылдың қаңтарынан министрлік Мәдениет, ақпарат және қоғамдық келісім министрлігі болып қайта құрылды. Содан бері ақпарат, ақпараттық саясат мәселелері бірнеше министрліктің (*атауында ақпарат сөзі бар*) құрамында болып, 2016 жылдан Ақпарат және коммуникация министрлігіне берілді. Ал, министрліктің коммуникация атауы байланыс пен ақпараттандыруға қатысты қойылған.

Тәуелсіз еліміздің тарихында 2004-2014 жылдар аралығында Көлік және коммуникация министрлігі болғаны белгілі. Оның құзыретінде көлік саясатынан басқа коммуникациялық кешен мәселелері деп жазылған. Сол кезеңдерде Қазақ елінің жағдайында коммуникация тек байланыс жүйелеріне (*пошта, телеграф, телефон байланысы*) қатысты ғана айтылатын.

26 баптан ғана тұратын ақпарат саласы мен мемлекеттің ақпарат саясатын реттейтін алғашқы заң 1999 жылғы 23 шілдеде №451 қабылданды. Заң қабылданғаннан бергі 19 жылда Қазақ Үкіметі бұл заңды 37 рет Парламентке ұсынып, оған заң нормаларын толықтыратын, нақтылайтын 10 бап қосылып, 130 өзгеріс енгізілген екен. Бүгінде 36 баптан тұратын Бұқаралық ақпарат құралдары туралы заңы заман мен қоғамның даму эволюциясын көрсететін жылнамасы сияқты (Есенбекова, 2019).

Аталған заңдағы негізгі ұғымдар қатарына енгізілген бұқаралық ақпарат пен бұқаралық ақпарат құралдарына мынандай анықтама берілген:

– бұқаралық ақпарат – тұлғалардың шектеусіз топтарына арналған баспа, дыбыс-бейне және өзге де хабарлар мен материалдар;

– бұқаралық ақпарат құралы – мерзімді баспасөз басылымы, теле-, радиоарна, киноқұжаттама, дыбыс-бейне жазбасы және интернет-ресурстарды қоса алғанда, бұқаралық ақпаратты мерзімді немесе үздіксіз бұқаралық таратудың басқа да нысаны.

Бұл заңда коммуникация, бұқаралық коммуникация деген сөзді немесе сөз тіркесін кездестірмейміз. Бұл нені аңғартады? Бірінші-

ден, бұқаралық ақпарат құралдары деп жаңа цифрлық дәуірдің ерекше табиғатын ескермеген заңның ақпараттық, идеологиялық ауқымының тарылғанын көрсетеді. Екіншіден, Қазақ ұлтының әлемдік ақпарат кеңістігіндегі мүддесін қорғауға қабілетті, ғаламдық ақпарат кеңістігіндегі түпкілікті өзгерістерді ескеретін, ақпараттық коммуникациялардың адам, қоғам, мемлекеттің өзара қарым-қатынасын әділетті реттейтін, бұқаралық коммуникацияның табиғаты мен трансформациясын сипаттайтын жаңа заңның қажеттігін дәлелдейді.

Цифрлық дәуірдің жылдам өзгерістерін айшықтайтын бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) мен бұқаралық коммуникация құралдарына (БКҚ) берілген анықтамалар уақыт талаптарына сай толықтырылып келеді. Көпшілік ғалымдар дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары деп мерзімді баспасөзді, телевизия мен радионы, киноқұжаттама, дыбыс-бейне жазбасы және интернет-ресурстарды анықтайды. Ал, бұқаралық коммуникация құралдарына баспа, радио мен телевизиядан басқа бүгінгі цифрлық коммуникация құралдарын, кинематография, театр, жарнамалық сурет пен графика, видео және аудио формадағы ақпараттар, кітаптар және басқа да бұқаралық санаға ықпал ететін құралдарды жатқызамыз.

БАҚ термині қазақтың ақпараттық кеңістігіне қайдан келді деген сұраққа шағын тарихи шегініс жасап барып жауап беруге болады. «Бұқаралық коммуникация» ұғымының алғаш 1920 жылдары АҚШ-та пайда болғанын білеміз. Коммуникацияның ғылыми негіздерін, болашағын анықтағанда америкалық ғалымдар коммуникацияның байланыс және екі жақты қарым-қатынас сияқты табиғатын дұрыс болжаған. Бұқара қауымның сұранысын нарықтық категориялармен өлшейтін батыс қоғамы үшін медианың бұқараға әсер ету қабілеті маңыздырақ болды.

Кеңес елінде бұқаралық ақпарат құралдары термині ресми деңгейде қолданылды. 1970 жылдары Мәскеу мемлекеттік университетінің Журналистика факультеті Кеңестер Одағы Коммунистік партиясының Орталық Комитетіне жолдаған жазбасында «бұқаралық ақпарат құралдары» тіркесін қолданады. Сол кезеңде Франция мен бірқатар еуропалық елдерде «бұқаралық

ақпарат құралдары» деген термин көпшілік айналымында жүрген. Журналистика факультеті еуропалық дәстүрге сүйеніп коммунистік партия басшылығына берген жазбасында «бұқаралық ақпарат құралдары» ұғымын енгізіп жіберген. Бір қызығы, бұдан бірнеше жылдан кейін еуропалық ғалымдар «бұқаралық ақпарат құралдары» ұғымы ауқымының шектеулі екенін ескеріп, америкалықтардай бұқаралық коммуникация құралдарына көшіп кетеді. Ал, Кеңестер Одағында «ақпарат құралдары» термині ұзақ жылдарға орнығып қалады. Кеңестік ресми құжаттардың ықпалымен Қазақстанға да осы тіркес сіңіп қалған. Қазақ елінің бүгінгі билігі де сол ізбен келеді.

Жоғарыда келтірілген қысқаша тарихи ретроспективаны жан-жақты зерделей келе бүгінгі дәуірдің дидактикасына, мазмұнына сай келетін БКҚ ұғымының дұрыстығын батыл тұжырымдай аламыз. Бірнеше жылда Қазақ елінің қоғамы да, ғылыми қауымы да осы объективті аргументтердің негізінде бұқаралық коммуникация құралдары (БКҚ) терминіне көшеді деген сенім бар.

2020 жылдың желтоқсанында Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-де журналистика мамандығы бойынша білім алушылардың көмегімен әлеуметтік және саяси коммуникацияның цифрлық ортадағы ерекшеліктерін талдауға арналған сараптамалық сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға 56 адам қатысқан, барлығы жоғары білімді. 31 адам – білім алушы, 20 – әртүрлі салада жұмыс істейді, 5 – зейнеткер. Респонденттер 23-70 жас аралығында, 58% – әйел, 42% – ер.

Сауалнамаға қатысқандарға автор мынандай сұрақтарға жауап беруін өтінген: Бірінші сұрақ. Қандай коммуникативтік тәсілдер интернет аудиториясының әлеуметтік белсенділігін күшейтеді? Екінші сұрақ. Қазақ Еліндегі әлеуметтік және саяси процестердің жандануына әсер ететін факторларды атаңыз? Үшінші сұрақ. Қазақ Еліндегі әлеуметтік және саяси процестердің жандануына әсер ететін факторларды атаңыз? Сұрақтарға жауаптардың бірнеше нұсқалары ұсынылды.

Зерттеу нәтижелері бойынша респонденттер аудиторияға, азаматтарға ауызша коммуникативтік формалар күшті әсер ететінін атаған.



1-диаграмма. Интернет аудиторияның белсенділігін күшейтетін коммуникативтік тәсілдер

Сауалнамаға қатысушылардың басым көпшілігі WhatsApp, Telegram әлеуметтік желілер арқылы таралатын фото, видео, аудио контентті ең тиімді форма деп бағалаған. Бүгінде интернет пен электронды медианың ықпалы күшейгені атап өтілген. Сондықтан да, қоғамдағы саяси күштер өздерінің аудиториясы мен жақтастарын көбейтуде оларды белсенді қолдануда.

Екінші сұраққа берілген жауаптарды талдау барысында сауалнама қатысушылар қоғамдық сананың өсуіне 2020 жылы әсер еткен факторлар деп резонанс, көпшіліктің наразылығын тудырған оқиғаларды, саяси биліктің шешімдеріне қарсылық білдіруді, әлемдегі оқиғалардың Қазақстанның ішкі процестеріне ықпалын атаған.



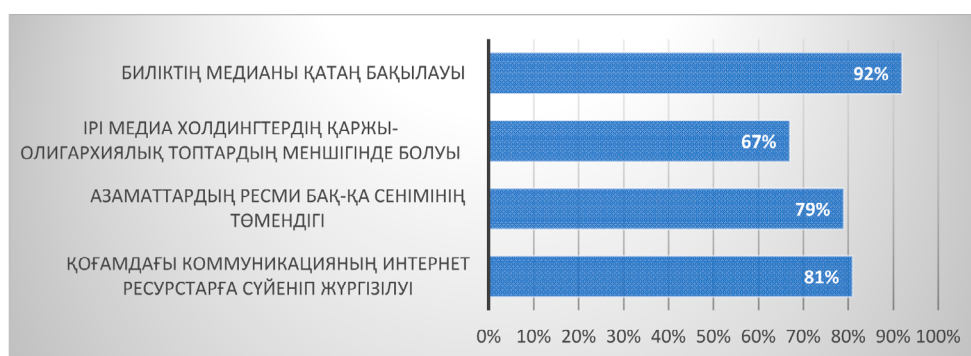
2-диаграмма. Елдегі әлеуметтік және саяси процестерге әсер ететін факторлар

Сауалнамаға қатысқандардың 50%-дан астамы Қордай дүнгендеріне қатысты оқиғаларды (2020, ақпан), пандемияға байланысты елде

2 рет жарияланған карантинді (2020, наурыз бен шілдеде), Алматыдағы билікке қарсы митингтер (6-маусым, 2020) мен Мәжіліс сайлау

уы қарсаңындағы наразылықтарды (желтоқсан, 2020) тізімнің басына шығарған. Халықаралық оқиғалардың ықпалы мен оларға баға бергенде коронавируспен күрес, әлем елдеріндегі карантин, Минскідегі билікке қарсылық, Өзірбайжан мен Армения арасындағы соғыс, АҚШ президентінің сайлауы жиірек көрсетілген.

Қазақстандағы саяси коммуникация саласының қоғамның дамуындағы рөлі мен маңызын, ерекшеліктерін атаған респонденттер медиа құрылымдардың меншік нысанына көңіл бөлген. Азаматтардың интернет ресурстарын көп қолданатынын, мемлекеттік БАҚ-қа деген сенімінің төмендеп жатқанын атаған.



3-диаграмма. Қазақ Еліндегі саяси коммуникацияның ерекшеліктері

Осылайша, медиа құралдар мен құрылымдарды меншік нысанына қарамай қатаң бақылауда ұстайтын биліктің іс-әрекеті әлеуметтік желілерде қатаң сыналуының себебін осыдан іздеген дұрыс деп ойлаймыз. Отандық ірі медиа холдингтер қаржы-олигархиялық топтардың меншігінде болуы, еркін пікір алмасулардың әлеуметтік желілерге ауысуы да мемлекеттік ақпарат саясатына өзгерістер қажеттігін, қоғам мен билік арасындағы сенім категориясына сыни көзбен қарайтын уақыт келгенін дәлелдейді.

Сауалнама нәтижелерін талдау барысында автор мынандай тұжырымдар жасайды. Біріншіден, елімізде болып жатқан саяси және әлеуметтік процестердің қоғамның дамуына ықпалын күшейтетін фактор екені анықталды. Екіншіден, жаңа коммуникативтік тәсілдердің көмегімен азаматтар мен әртүрлі әлеуметтік топтардың белсенділігін өсіруге болатыны, билікпен қарым-қатынас сапасы өсетіні дәлелденді. Үшіншіден, сауалнамаға қатысушылар Қазақ Еліндегі саяси коммуникация формалары мемлекеттің ішкі тұрақтылығын бекітуге, сыртқы сын-қатерлерге қоғамды жұмылдыра алатын әлеуеті мол екенін атауға болады.

Қорытынды бөлім және нәтижелер

Болашақта қазақ қоғамын жаңғыртудың маңызды аспектісі – ұлттық мүдде платформасына негізделген медиаларды дамыту екенін естен шығармаған абзал. Жакын перспектива-

да саяси салада медиатизацияның орын алуы – билікті заңды деп танып мойындаудың, қоғамды мойындатудың дәстүрлі қолданылатын тәсілдерін жоққа шығарып құнсыздандырады. Өзінің беделін жоғалтудан қорыққан саяси билік медиа ресурстарды бақылаудың түрлі формаларына жүгінуге мәжбүр. Тәуелсіз коммуникация құралдарының қожайындарына қысым көрсету, меншік иелерін өзгерту, қаржылай ынталандыру, журналистерді әлеуметтік қолдау формаларын ұсыну (*байқаулар өткізу, гранттар, сыйлықтар беру, мемлекеттік тапсырыстар және т.б.*) арқылы ақпараттық кеңістікте өз ықпалын сақтауға ұмтылады.

Алайда, Интернет ресурстардағы ашық ақпарат көздерінің көбеюі, ақпараттық коммуникациялық және технологиялық мүмкіндіктердің, халықтың жалпы білімі мен медиа сауатының өсуі бұндай әрекеттердің тиімділігін жыл сайын төмендетуде. Бұрынғы қолданылып келген дәстүрлі формалар тиімділігін жойып, жылдам ескіруде. Аудиторияны бақылауда ұстаудың жаңа психологиялық, технологиялық тәсілдері табылғанымен бүгінгі қоғам шынайы объективті ақпаратты жалған, бұрмаланған мәліметтерден ажыратып алуға қабілетті. Өйткені, аудиторияның көпшілігі бірнеше ақпарат ресурстарын салыстырып, талдап, ішінен шындыққа жақын, объективті ақпаратты қабылдайды. Әрине, сананы бұрмалау арқылы жалған ақпарат таратып қоғамды қысқа мерзімге сендіруге болар. Бірақ, ақиқат анықталған соң жалған ақпарат

таратқан ресурсқа деген сенім жоғалады, олардың қызметіндегі барлық артықшылық аз ғана уақыт ішінде жойылады. Сөйтіп, қысқа перспективаға есептелген тактика жалған ақпарат таратқан ресурстың жабылуына апарды. Сондықтан да, қазіргі барлық медиа құралдар өз аудиториясының сенімінен шығуды, құрметіне ие болуды үлкен құндылық деп бағалайды.

Ең беделді саналатын ВВС телевизия мен радиотарату холдингінің журналистерінің құндылықтары біздің осы тұжырымымызды толық дәлелдейді. ВВС журналистері ұстанатын фундаменталды құндылықтардың қысқаша тізімі мынандай: ақиқат және нақтылық; әділдік және бейтараптық; тәуелсіздік; қоғамдық мүддеге жұмыс істеу; аудиторияның алдында жауапты болу, есеп беру.

Жаңа медиалар жүйесінің құрылымдық және мәдени ерекшеліктерін қолдануда ақпаратты таратудың іріктеу әдісіне, негативті мазмұндағы контентке басымдық беру, медианы күмәнді әрекеттерде қолдану қысқа перспективада ғана нәтижелі болуы мүмкін. Бұндай тәсілдерді қолданған биліктің беделі қатты төмендеп, оның заңды деп танылуы қиындайды. Ғылыми қауымдастық демократиялық қағидалардың орнын медиакратиямен алмастыру тен-

денцияларының күшеюін цифрлық дәуір тудырған проблемаларының қатарында атап жүр. Бұның көріністері Қазақ елінің бұқаралық медиа кеңістігінде де байқалып қалады. Келеңсіз тенденциялардың алдын алуда бұқараның биік танымдық деңгейін, білім дәрежесін, қоғамдық ой-сананың кең өрісін басты факторлар деп тани аламыз.

Ғаламдық тенденциялардың ықпалымен түрленген саяси модернизация әлеуметтік-саяси коммуникацияның орны мен құзыреттерін өзгертуде. Әлеуметтік коммуникация саяси процестердің қасиеттерін түрлендіріп, жүйенің элементтеріне және ақпаратты жеткізу процестеріне ықпалын күшейтуде. Бұл өзгерістердің әсерімен өздерінің саяси рөлдері мен функцияларын орындауға ынталанған акторлардың әлеуметтік қатынастары нәтижелі болуда. Автордың жүргізген сараптамалық сауалнама нәтижелері көрсеткендей, нәтижелі әлеуметтік коммуникация – саяси жүйенің функционалды тиімділігін және ілгері дамуын анықтайтын арқалы фактор болып орнығуда деген қорытынды тұжырым жасай аламыз.

Алғыс білдіру. Зерттеуді Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің Ғылым комитеті қаржыландырады (грант №АР09260945).

References

- Adali S., Escriva R., Goldberg M. (2010). Measuring behavioral trust in social networks. IX International Conference on Intelligence and Security Informatics, Vancouver (Canada), 23-26 May 2010. – PP.150-152.
- Asadullina, S. H. (2009). Theory and practice of permission of the virtual conflict: Practice-oriented monograph / Nestor Publ., St. Petersburg. – 327 p. (In Russian)
- Ахатова Б.А. Политический дискурс и языковое сознание. – Алматы: Экономика, 2006. – 302 с.
- Дорбетханулы Т. Партиялық саяси имиджді қалыптастырудағы коммуникациялық байланыстың рөлі // «Саясат» журналы, №2, 2003. – 62-64 бб.
- Giddens A. The Consequences of Modernity. – Moscow: Praksis, 2011. – 352 p.
- Castells M. Power of communication: a manual. – Moscow: Izdatel'stvo Vysshey shkoly ekonomiki, 2016. – 564 p.
- Coleman J. Social Capital in the Creation of Human Capital // Obshchestvennye nauki i sovremennost, no.3 2001. – PP.121-139.
- Ибраев А.Ж. Основные направления политики реализации связей с общественностью (на примере НДП «Нур Отан»): автореф. ...канд. политических наук: 23.00.02. – Алматы, 2008. – 24 с.
- Қалиев Н. Қазақстан Парламентаризмі: саяси талдау. – Алматы: «Қазақстан» баспасы, 2003. – 272 б.
- Nair B., Janenova S., Serikbayeva B. (2019). A Primer on Policy Communication in Kazakhstan, https://doi.org/10.1007/978-981-15-0610-9_1
- Lasarsfeld P. Personal influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications / N.Y., 1971. – P.254.
- Mc Lean I. Economics and Politics. Companion to Contemporary Economic Thought / London New York: Routhledge.1991. – P.846.
- Miller D. Artefacts and the meaning of things, Companion encyclopedia of anthropology / London, New York: Routledge, 1994. – PP.396-420.
- Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования / пер. с англ., предисл. А.К. Соколова. – М.: Издательство «Весь Мир», 1997. – 544 с.
- Сабитов Р.А. Политический анализ теории коммуникативного процесса Г. Лассуэлла и его роль в формировании информационной политики. – Краснодар: Кубанский гос. техн. ун-т, 1999. – 233 с.
- Санстебан Л.С. Основы политической науки. – М.: Наука, 1992. – 102 с.
- Seligmen A. The Problem of Trust. – Moscow: Ideya-Press, 2002. – 256 p.

- Strauss A., Corbin J. *Basics of Qualitative Research. Technics and Procedures for Developing Grounded Theory* / Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc., 2012. – 312 p.
- Sztompka P. *Society in action: the theory of social becoming* / Cambridge: Polity Press, 2014. – 219 p.
- Thomas, T. C., Price, L. L., & Schau, H. J. (2014). When differences unite: Resource dependence in heterogeneous consumption communities // *Journal of Consumer Research*, 39(5). – PP.1010-1033.
- Yessenbekova U.M. (2019). Transformation of human and society in the digital age (media-psychological aspect). Scientific monograph / Approved by the Academic Council of L.N.Gumilyov ENU, Printing house of L.N.Gumilyov ENU. – Astana. – 2019. – P.226. [in Kazakhstan]
- Fukuyama F. *Trust: Social virtue and path to prosperity*. – Moscow: АСТ-Ермак, 2004. – 730 p.
- Хабермас Ю. *Моральное сознание и коммуникативное действие*. Научное издание. – СПб.: Питер, 2000. – 380 с

References

- Adali S., Escrivá R., Goldberg M. (2010). Measuring behavioral trust in social networks. IX International Conference on Intelligence and Security Informatics, Vancouver (Canada), 23-26 May 2010. – pp.150-152.
- Asadullina, S. H. (2009). Theory and practice of permission of the virtual conflict: Practice-oriented monograph / Nestor Publ., St. Petersburg. – 327 p. (In Russian)ю
- Akhatova B.A. *Politicheskij diskurs i yazykovoye soznaniye* / [Political discourse and language consciousness] Almaty: Ekonomika. 2006. – 302 s.
- Dorbekhanuly T. *Partiyalyk sayasi imidzhdі qalyptastyrudagy kommunikatsiyalyk baylanystyng roli* // «Sayasat» zhurnaly. №2. 2003. – 62-64 bb.
- Nair B., Janenova S., Serikbayeva B., (2019). A Primer on Policy Communication in Kazakhstan, https://doi.org/10.1007/978-981-15-0610-9_1
- Castells M. *Power of communication: a manual* / Moscow: Izdatel'stvo Vysshey shkoly ekonomiki, 2016. – 564 p.
- Coleman J. *Social Capital in the Creation of Human Capital* // *Obshchestvennyye nauki i sovremennost*, no.3 2001. – pp.121-139.
- Ibrayev A.Zh. *Osnovnyye napravleniya politiki realizatsii svyazey s obshchestvennostyu (na primere NDP «Nur Otan»): avtoref. ...kand. politicheskikh nauk: 23.00.02*. – Almaty. 2008. – 24 s.
- Kaliyev H. *Kazakstan Parlamentarizmi: sayasi taldaу* / Almaty: «Kazakstan» baspasy. 2003. – 272 b.
- Giddens A. *The Consequences of Modernity* / Moscow: Praksis, 2011. – 352 p.
- Lasarsfeld P. *Personal influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications* / N.Y., 1971. – p.254.
- Mc Lean I. *Economics and Politics. Companion to Contemporary Economic Thought* / London New York: Routhledge.1991. – p.846.
- Miller D. *Artefacts and the meaning of things*, *Companion encyclopedia of anthropology* / London, New York: Routledge, 1994. – pp.396-420.
- Seligman A. *The Problem of Trust* / Moscow: Ideya-Press, 2002. – 256 p.
- Strauss A., Corbin J. *Basics of Qualitative Research. Technics and Procedures for Developing Grounded Theory* / Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc., 2012. – 312 p.
- Sztompka P. *Society in action: the theory of social becoming* / Cambridge: Polity Press, 2014. – 219 p.
- Thomas, T. C., Price, L. L., & Schau, H. J. (2014). When differences unite: Resource dependence in heterogeneous consumption communities // *Journal of Consumer Research*, 39(5). – pp.1010-1033.
- Yessenbekova U.M., (2019). Transformation of human and society in the digital age (media-psychological aspect). Scientific monograph / Approved by the Academic Council of L.N.Gumilyov ENU, Printing house of L.N.Gumilyov ENU. – Astana. – 2019. – p.226. [in Kazakhstan]
- Mangejm Dzh. B., Rich R.K. *Politologiya. Metody issledovaniya* [Political science. Research methods] / per. s angl., predisl. A.K.Sokolova. – M.: Izdatelstvo «Ves Mir», 1997. – 544 p.
- Sabitov P.A. *Politicheskij analiz teorii kommunikativnogo processa G.Lassuella i ego rol v formirovanii informacionnoj politiki* [Political analysis of the theory of the communicative process of G. Lasswell and its role in the formation of information policy] / Krasnodar: Kubanskij gos. tehn. un-t, 1999. – 233 p.
- Sansteban L.S. *Osnovy politicheskoy nauki* [Fundamentals of Political Science] / M.: Nauka, 1992. – 102 p.
- Fukuyama F. *Trust: Social virtue and path to prosperity* / Moscow: АСТ-Ермак, 2004. – 730 p.
- Habermas Yu. *Moralnoe soznanie i kommunikativnoe dejstvie* [Moral consciousness and communicative action] / Nauchnoe izdanie. S-Pb.: Piter, 2000. – 380 p.