

А.Ә. Арзықұлов

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Автор-корреспондент: Арзықұлов А., almas_sunkari@mail.ru

КҮН ТӘРТІБІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ТЕОРИЯСЫНЫҢ ЗЕРТТЕЛУІ

Аннотация. Мақалада «күн тәртібін қалыптастыру» теориясының, оның қоғамдағы орны мен ықпалын, қазіргі кезеңдегі трансформациясын зерттеуге арналған бірқатар еңбектерге шолу жасалған. Ақпараттық күн тәртібінің зерттеу саласындағы қолданыстағы білім жүйесін тақырыптық түрде: күн тәртібінің мазмұны мен типологиясы, оны құру және өзгерту процесі, оны зерттеу әдістемесі, сондай-ақ ақпараттық күн тәртібінің қоғамдық-саяси процестер мен қатынастарға әсері сияқты бағыттарға бөлуге болады. Ақпараттық массивті құруға қатысу, оның мазмұндық элементтерінің таралуын бақылау қоғамдық-саяси субъектілердің маңызды функцияларының бірі. Заманауи ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың жаңа бағытта қарқынды дамуы мен қоғамдық-саяси дамуының түрлі салаларына енуі ақпараттық күн тәртібін қалыптастыруға қатысты мәселелерді өзектендіреді. Қазіргі таңдағы әлеуметтік медианың ерекшеліктерін, қолданушының қол жетімділігін, олардың мазмұнын қалыптастырудағы қоғамның белсенділігі қоғамдық пікірлерді, көңіл-күй мен сұраныстарды айқын танытады. Осыған байланысты қоғамдық күн тәртібін бұқаралық ақпарат құралдарымен немесе саяси күн тәртібімен салыстыра отырып, әлеуметтік медианы қоғамдық күн тәртібін қалыптастыратын және негізгі тақырып ретінде қарастырылады.

Түйін сөздер: күн тәртібін қалыптастыру теориясы, БАҚ ықпалы, жаңа медиа, күн тәртібінің түрлері, әлеуметтік желілер.

Уровень изученности теории формирования повестки дня

А.А. Арзиқұлов

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,

Нур-Султан, Казахстан

Аннотация. В статье представлен обзор ряда работ, посвященных изучению теории «повестка дня», его значения и влияния на общество, трансформации в настоящее время. Систему знаний в области изучения информационной повестки дня с точки зрения тематики можно разделить на следующие направления: содержание и типология повестки дня, процесс ее создания и изменения, методика изучения, а также влияние информационной повестки на общественно-политические процессы и отношения. Участие в создании информационного массива, контроль за распространением его содержательных элементов является одной из важнейших функций общественно-политических субъектов. Стремительное развитие современных информационно-коммуникационных технологий в новом направлении и их внедрение в различные сферы общественно-политической жизни актуализирует вопросы, связанные с формированием информационной повестки.

Ключевые слова: Теория формирования повестки дня, влияние СМИ, новые медиа, виды повесток дня.

The Study of the Theory of Agenda-Setting

A.A. Arzikulov

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Abstract. This article presents an overview of a number of works exploring the «theory of agenda-setting», its meaning and impact on the society as well as its ongoing transformation. The system of knowledge on information agenda can be divided by topics into such areas as the content and typology of agenda, the process of its creating and changing, the methodology of its study, together with the influence of information agenda on social and political processes and relations. Involvement in the formation of the data collection and control over the spread of its substantive elements is among the most essential functions of social and political actors. The rapid development of modern information and communication technologies in the new area and their introduction in various aspects of social and political life, actualize issues related to the formation of data agenda.

Key words: Theory of the Agenda-Setting, Media Influence, New Media, Types of Agenda.

Kіpіcne

Заманауи ғылымда күн тәртібінің – мәні, оның даму шарттары мен технологиялары, әр түрлі субъектілердің осы үдерістегі рөліне қатысты бірнеше тұжырымдамалық көзқарастар қалыптасты. Кейбірі күн тәртібі бұқаралық ақпарат құралдарында талқылаудың тақырыбына айналатын билік органдарының шешуін талап ететін проблемалық мәселелер жиынтығы ретінде қарастырылады. Ал келесі бір тұжырымда бойынша күн тәртібі – бұл маңызды деп саналатын тақырыптар мен оқиғаларының тізімі, олар телеарналар, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы халыққа таратылып, қоғамда белгілі-бір көзқарас қалыптастыруға ықпал ететін сүзілген әлем бейнесі деп алынады. Алғаш рет қарастырылып отырған тұжырымдама позитивизм шеңберіндегі ғылыми айналымға енгізілді. Осы мәселеге қатысты ғылыми көзқарастардың айтарлықтай бөлігі қазіргі заманғы парадигмаларға жатқызамыз. Сонымен бірге, соңғы жылдары түрлі зерттеу модельдерін қолдайтын тараптардың ұстанымдары байқалды, ал кейбір тұжырымдар кеңінен қолданылатын саяси технологиялардың жалпы қабылданған және негізделген мәртебесіне ие болды.

Күн тәртібін қалыптастыру және нақтылау саласындағы іргелі зерттеулер өткен ғасырдың 1920 жылдарында ғана басталғанын атап өткен жөн. Посткеңестік кеңістікте, атап айтқанда Ресей мен Украинада ол – XXI

ғасырдың басынан бастап зерттеле бастады. Ал елімізде әлі де болса жүйелі түрде күн тәртібі, оның саяси, ақпараттық, қоғамдық бағыттары бойынша айналасатын ғалымдар жоқ. Сондықтан да, зерттеліп отырған тақырып ба-рынша өзекті және жаңашыл болып саналады. Сонымен қатар, мақалада ұсынылған еңбектер негізінен күн тәртібі теориясының қалыптасуының бірінші кезеңіне арналған, яғни, екінші деңгейдегі күн тәртібін қалыптастыру, фрейминг пен прайминг мәселелері қарастырылмады.

Зерттеудің әдістемесі

Мақаланы дайындау барысында жалпығылымдық және эмпирикалық әдістер – талдау, жүйелік-салыстырмалық, құрылымдық-функцияналдық әдістер, сипаттау алынады. Зерттеу материалдары ретінде ақпараттық күн тәртібі теориясы, БАҚ құралдарының ықпалы, қоғамдық пікірге әсері мәселесіне арналған бірқатар еңбектер қаралды. Ақпараттық күн тәртібіне қатысты мәселелерді талдауға арналған көптеген ғалымдардың еңбектерін тақырыптық түрде: күн тәртібінің мазмұны мен типологиясы, оны құру және өзгерту процесі, оны зерттеу әдістемесі, сондай-ақ ақпараттық күн тәртібінің әлеуметтік-саяси процестер мен қатынастарға әсері және т.с.с. бағыттарға бөлуге болады.

Негізгі бөлім

Ғылымда ақпараттық күн тәртібін қалыптастыру теориясының пай-да болуының алғашқы кезеңінде, яғни 1922 жылы Вальтер Липпман өзінің әйгілі «Қоғамдық пікір» еңбегінде журналистердің арнайы медиа шындықты қалыптастыру мәселесін көтереді, өйткені сол арқылы адам-дарды тікелей басқаруға мүмкіндік туатын еді. Оның ойынша бұқаралық ақпарат құралдары әлемде болып жатқан оқиғалар мен осы оқиғалардың адамдар санасындағы бейнелері арасындағы негізгі буын болып табылады. Америкалық зерттеуші Бернард Коэн де осындай пікірде болып, баспасөз оқырмандарға қандай ойда болу керектігін айтуда көп жетістікке жете ал-майды, ал бірақ не туралы ойлауды ұсына отырып үлкен жетістікке жетеді деп, бұқаралық ақпарат құралдарының аудиторияға ықпал ету құбылысын көрсетеді [1]. Өткен ғасырдың басында БАҚ-тың алғашқы зерттеушілерінің пікірінше, шынайы ретінде ұсынылған, аудиторияның санасындағы ме-диа шындық қоршаған шындық идеясын оңай ауыстырады, сондықтан бұқаралық ақпарат құралдарының кез-келген көрінісі жеке тұлғаның мінез-құлқының өзгеруіне әкеледі, яғни үгіт күші арқылы оған тікелей әсер етеді деген болжам жасады.

Бірақ, одан кейінгі кезеңде үгіт күші теориясының постулаттарын жокқа шығару бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалының шектеулігі

және «бұқаралық коммуникацияның әсерін» зерттеуге әкелді. Пол Феликс Лазерсфельд сайлау науқан кезіндегі респонденттердің сайлау мінез-құлқының өзгеруі, белгілі бір үміткерді түпкілікті таңдауына бұқаралық ақпарат құралдарының ықпал ету мүмкіндіктерін зерттей отырып, американдық әлеуметтанушы «екі сатылы байланыс моделінің» болуы туралы қорытындыға келді. Оның пікірінше «бұқаралық ақпарат құралдары – жеке тұлға» тізбегінде делдал түріндегі «бұқаралық пікір жетекшісі» бар, ол «өзіне радио мен газеттерден келген идеяны қабылдап, артынан халықтың аз белсенді қабаттарына таратады» [2, с. 152].

Азаматтардың көңіл-күйіне әсер етудің талассыз және эмпирикалық дәлелденген тәсілі «күн тәртібін қалыптастыру» (agenda setting) әдісін 1972 жылы М. Маккомбс пен Д. Шоу ашты, ол бойынша бұқаралық ақпарат құралдары ақпаратты іріктеу мен жария ету арқылы қоғамдық пікірге елеулі әсер етеді [3, р. 176-187.]. М. Маккомбс пен Д. Шоудың теориясы бойынша БАҚ өз аудиториясына арнайы іріктелген «ақпараттар тізбегін» ұсынады, тізбекте қажетті тақырып туралы ақпарат жиі қайталанады. Осылайша күнделікті тақырыптар ағымынан белгілі бір мәселелені таңдап, БАҚ ақпараттық күн тәртібін қалыптастырады. Таңдалған тақырып жиі ұсынылғандықтан, аудитория көзімен өте маңызды мәнге ие бола бастайды, ал шын мәнінде ол соншалықты маңызды болмауы мүмкін. Ал сонымен қатар керісінше, өте маңызды мәселе назардан тыс қалуы да мүмкін. Өз уақыты келгенде таңдалып алынған мәселе БАҚ беттерінде көтеріліп, ақпарат тұтынушылардың санасында таныс оқиғаға қатысты «қозу» («priming») орын алады, яғни мәселе шынымен де маңызды және оған ерекше назар аудару қажет деген ой түйінделеді.

К. Гаврилов өзінің «Как делать сюжет новостей и статья медиатором» атты еңбегінде адам өміріндегі БАҚ арқылы берілетін жаңалықтардың рөлі жайлы айта келіп, олардың қаншалықты ықпалы бар екенін көрсетеді «Шынайы өмірде көп немесе аз маңызды оқиғаларды бөліп, тазалап, жаңалық ретінде ұсыну оңай ғой? Содан кейін күн сайын жаңа, шыншыл, ең әсерлі және қызықты жаңалықтарды көруге дағдыланған көрермен, оны шындықтың өзі екеніне сенімді болады» [4]. Әрине, жаңалықтардың пайдалы жағы да бар, эфир уақытының көп бөлігі қорқытуға, жүйкені шымырлататын, жеккөрушілікті және ашулануды оятуға, «жаман» адамдарға қарсы тұруға және «жақсы» адамдарға болысуға, жалпы көрерменді барлық мүмкін тәсілдермен көңілін аулауға бағытталады.

Д.Мэррил өз еңбегінде күн тәртібінің мүмкіндігіне сыни көзбен қарап, назар аудару актісіне алып келетін әсер шектеулігін нұсқайды. Шектеулер адамдардың назар аудау ерекшеліктеріне байланысты болады, өткені жаңа тақырыпқа баса назар аудару сөзсіз ескі мәселелерге назардың жоғалуына әкеледі. Күн тәртібін қайта құрылымдаудың осы құбылысы тақырыптардың «алмасуы» үдерісі ретінде сипаттады. БАҚ-тың әсер ету дәрежесі негізінен

адамның психологиялық сипаттамаларына байланысты. Әсіресе, балаларға және қарттарға, сондай-ақ психикалық әлсіреген адамдарға қатты әсер етеді деп саналады [5, с. 155].

Е.Б. Шестопалдың пікірінше «Заманауи саяси әдебиетте «күн тәртібі үкімет (ең алдымен атқарушы билік) өзінің қазіргі саясатының негізін қалайтын идеялар, мақсаттар мен құндылықтармен байланысты. Кейде күн тәртібі ретінде «саясаттың негізі қаланған жасырын себептері» алынады [6, с. 8].

Ал А.А. Дегтярев: «Күн тәртібі – қоғамның немесе мүдделі топтардың қажеттіліктерін көрсететін өзекті әлеуметтік мәселелердің жиынтығы, оған қатысты саясаткерлер мен басқарушылар дайын және әрекет ете алады. Ресми күн тәртібін бақылайтын саясаткерлер мен басқарушылар әрқашан белгілі бір мақсаттар мен басымдықтарға, ресурстарға және уақытпен байланысты және әртүрлі мүдделі топтар мен қоғамдық пікірдің ықпалында болады» – деп есептейді [7, с. 163–164].

В. Франц «Қоғамдық пікірді басқару» деген өз жұмысында қазіргі әлемдегі қоғамдық пікірді басқарудың принциптері мен әдістерін ашады. Оның пікірінше, бұл «... таңдау еркіндігінің симуляциясы, БАҚ көмегімен жалған оқиғалар мен ерекше симуляцияланған виртуалды шындықты құру» [8, 22 б.].

О.Ю. Кольцова жаңалықтар ағымына, яғни маңыздылығына қатысты жинақтайтын акторларды ретінде мемлекеттік, ақпарат көздері, ашық күш көрсетушілер және жаңалықтар жасаушылар деп бөлді [9, с. 82-108]. Қарапайым адамның күнделікті өмір туралы көзқарас қалыптастыру үшін барлық ақпаратты қарау, тыңдау және оқып шығуға уақыты жоқ, бұл жағдайда БАҚ арқылы дайындалған арнайы «күн тәртібі» сана-сезімге, оның ішінде көзқарас қалыптастыруға шектеусіз әсер етеді.

«Күн тәртібі» тұжырымдамасының әртүрлі анықтамаларының болуына қарамастан, олардың бәрінің негізгі мәні – қоғамның және мемлекеттің мүдделеріне әсер ететін ағымдағы күн тәртібі саяси сипаты бар трансшекаралық саяси құбылыс. «Саясат» тұжырымдамасы билік ұғымымен өзара байланысты, сондықтан оның мазмұнын басымдықты мүдделерге негізделген халықтың әр түрлі топтарының біркелкі әлеуметтік мүдделерін біріктіруге және үйлестіруге негізделген қоғамдық өмірді ұйымдастырудың тәсілі ретінде сипатталауға болады. Оның үстіне, бұл жағдайда саяси үдеріс, кез-келген мемлекеттегідей, бақыланатын және өздігінен жүретін өзгерістер ретінде алынады. Жоғарыда айтылғандарды негізге ала отырып, семантикалық саясаттың анықтамасы негізінен «саяси күн тәртібі» тұжырымдамасымен үйлеседі. Бұл туралы ресейлік ғалым Е. Дьякова «Күн тәртібі әртүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының, мемлекеттің, басқа да қоғамдық және саяси институттар күштерінің қиылысында туындайды және бақыланбайтын оқиғалар мен күтпеген

дағдарыстардың әсеріне ұшырайды» [10]. Осы тұжырымдаманың негізінде бірнеше жалпы ерекшеліктер бөліп қарастырған: субъектілердің ұқсас құрамы, процедура сипаты, жариялылығы, көпшіліктің мүдделерін қамту. Орыс зерттеушісі саяси мазмұндағы ақпараттық күн тәртібін қалыптастыру мәселесінде бұл үдеріске барлық БАҚ шешуші ықпал ете алмайды, тек бірқатар «күн тәртібін құрушы» БАҚ болады деген қорытындыға келді [11, с. 145].

Зерттеуші атап өткендей, тек кейбір бұқаралық ақпарат құралдары ғана басқалары үшін бастамашы, қозғаушы рөлін атқарады. Алайда, белгілі бір БАҚ шығаратын ақпараттың мөлшері қоғам назарын аудару шегінен асқанда ғана нақты «күн тәртібін белгілеу» орын алады.

Егер қоғамдағы нормаларды анықтау және осы нормаларды күнделікті өмірде қолдану үшін шайқас адамның санасын қалыптастыру төңірегінде жүрсе, онда коммуникация осы шайқастың эпицентрі болып табылады. Адамның санасы оның әлеуметтік және табиғи ортамен өзара әрекеттесуі коммуникация арқылы жүзеге асады. Бұл байланыс процесі белгілі бір қоғамдағы құрылымға, мәдениетке, ұйымдастыруға және технологияға сәйкес жүреді. Қарым-қатынас үдерісі, сөзсіз, саяси іс-әрекетті қоса алғанда, әлеуметтік қызметтің кез-келген саласында билік қатынастарын құру және оған қарсы тұру тәсілдеріне делдал болады. Әрине, билік коммуникациядан ауқымды, ал байланыс биліктен кең. Бірақ билік қарым-қатынасты басқаруға сүйенеді, ал билікке қарсы күш бұл бақылауды бұзуға байланысты. Бірақ бұқаралық коммуникация тұтастай алғанда жалпы қоғамды қамтиды және медиа-бизнес пен мемлекеттік саясатқа негізделген билік қатынастарымен қалыптасады және басқарылады.

М. Кастеллстің пікірінше жаңа өркениеттің айқындаушы ерекшелігі – қоғамның желілік құрылымы, сондықтан дәстүрлі «ақпараттық қоғам» терминін «желілік қоғам», ал қоғамды желілік қоғаммен алмастырады. Ақпараттандырудың дамуы, Кастеллстің пікірінше, желілік қоғам мен «жаңа экономиканың» пайда болуына алып келеді, ол жаңа «ақпараттандыру» терминін енгізді, оның мәні – «білімнің білімге әсері өнімділіктің негізгі көзі». Сондай-ақ, оның пікірінше, белгілі бір ақпарат тиімді болу үшін хабарлама алушы оған дайын болу қажет және де хабарлама көзі, яғни таратушы анықталатын және сенімді (танымал) болуы тиіс. Яғни, күн тәртібі негіздерін қалыптастыру барысында акторлар өзіне қажетті аудиторияны, сонымен қатар сол кезеңге, сол ортаға қажетті ақпаратты таратуы керек [12].

Егер проблемалар «жалықтыратын» болып табылса, яғни «адамдардың оған қатысты жеке, тікелей және тұрақты тәжірибесі бар, мысалы инфляция мен жұмыссыздық және де әр адамның жеке тәжірибесі негізінде қоғамдық маңызға ие болатын» болса, онда ақпараттық күн тәртібі мен әр көрерменнің (оқырман, тыңдаушы) жеке күн тәртібі арасындағы корреляция өте төмен

болады. Егер керісінше, проблемалар «беймәлім» болса, онда аудиторияның оған қатысты жеке тәжірибесі болмаса, онда корреляция коэффициенті өте жоғары болады және бұл жағдайда бұқаралық ақпарат құралдары «бұл проблемалар туралы бірден-бір тәлімгер және ақпарат көзі» ретінде әрекет етеді.

С. Волгрэйв пен П. Ван Айлст бұқаралық ақпарат құралдарының күн тәртібінің саяси күн тәртібіне әсер етуінің алдын-ала теориясын тұжырымдауға талпынған. Осы зерттеушілердің ойынша бұқаралық ақпарат құралдары жүзеге асыратын мәселелерге саясаткерлердің көңіл аударуы қаншалықты жылдам болуы мен сипаты екі факторларға қатысты: бұқаралық ақпарат құралдары (қамтылған мәселелердің сипатына – «жалықтыратын»/беймәлім», БАҚ түрі және басылымдардың «тоналдылығы» – жағымсыз/позитивті/бейтарап) және саяси (уақыт кезеңі – сайлау аралық немесе сайлау алдындағы, мекеме ішіндегі шешімдер қабылдау процедуралары, нақты уақыт мерзімі, шешім қабылдаған саясаткердің жеке қасиеттері). Осы факторлардың жиынтығы сайып келгенде, бұқаралық ақпарат құралдарының күн тәртібінде жетекші орынға ие болған биліктің жоспарларына реакцияның бес нұсқасының бірін алдын-ала анықтайды: реакция болмауы, тез символдық (авторлардың пікірінше, реакцияның бұл түрі парламенттерге тән), баяу мазмұнды (үкіметтер), тез мәнді (күшті президенттік) жүйесі және баяу символдық [13, p. 88–109].

Қазақстандық автор Г.С. Сұлтанбаева отандық бұқаралық ақпарат құралдарының саяси коммуникацияны, саяси технологияны дамытудағы және қоғамдық сананы қалыптастырудағы рөлін қорытындылай отырып, келесі тенденцияларды бөліп көрсеткен: талдамалы мерзімді басылымдардың және аналитикалық интерактивті бағдарламалар жасаудың артуы; партиялық және оппозициялық басылымдардың пайда болуы; саяси жаңалықтарды қамтитын халықаралық журналистиканың кәсібилігін арттыру, сайлау науқанында лас PR технологияларды қолдану, саяси электронды басылымдарды көбейту және т.б. [14, с. 54-55].

Сондай-ақ күн тәртібіне арналған зерттеулерде Интернеттің тез тарауына қатысты, оның бұл процеске қалай әсер ететіндігі туралы көзқарас туындаған. Мұны түсінуге қатысты алғашқы маңызды зерттеудің бірі 2002 жылы басталды. С.Алтхаус пен Д.Тьюксбери жүргізген зерттеу бойынша «Нью-Йорк Таймс» газеті оқырмандарының электронды және баспа нұсқаларын пайдалану барысындағы ерекшеліктері қарастырылған. Газеттің онлайн нұсқасын оқығандарға қарағанда басылым үлгісін пайдаланғандар күн тәртібін қабылдау мен ассимиляциялауға бейім екенін анықтады. Себеп – оқырмандарға арналған «ақпараттық мәзірді» ұсынудың тиімді тәсілдерінде болды. Яғни, басылым бетіндегі қажетті материал ыңғайлы жерінде, шрифтер мен суреттер арқылы өрнектеліп, оқырманның назарын аударған. Газеттердің «электронды» нұсқалары, тақырыптарды

санаттарға топтастыра отырып, пайдаланушы бастапқыда іздегенін ғана оқи алады. Демек, Интернет-медиа саласында күн тәртібін белгілеуге аз әсер етеді және сонымен қатар электронды бұқаралық ақпарат құралдарының танымалдылығының өсуіне байланысты жеке күн тәртібінің бөлшектелу қаупі бар, бұл негізінен, ресми БАҚ қарағанда белгілі бір тақырыптардың маңыздылығы мен басымдығын айқындау бойынша келісімнің жоқтығымен байланысты [15, р. 180–207.]. Бірақ, кейінгі зерттеулерде электронды БАҚ арқылы ақпарат алу барысында өзі күн тәртібін өзгерте алатыны, тек ол үшін оқырман барынша сауатты және интернет желісін жақсы пайдаланушы болуы шарт.

С.Х. Барлыбаеваның пікірінше, ақпараттық процестер жаһандық сипатта, бірақ олар пайда болған мемлекеттің ұлттық ерекшеліктеріне де бағынышты болады. Яғни өз тәуелсіздігін алғаннан кейін Қазақстанда жаңа бұқаралық байланыс жүйесі қалыптасты. Қазақстанда жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологияларды (АКТ) жедел енгізу, шетелдік бұқаралық ақпарат құралдарының бәсекелестігінің артуы, елде жаңа хабар таратушылар, байланыс операторлары пайда болуымен және сандық хабар тарату стандарттарына біртіндеп көшуімен байланысты бұқаралық ақпарат құралдарын дамыту қызметінде сапалы өзгеріс байқалады [16, с. 16-18].

Ал Ә.Қ. Назарбетова «қазіргі таңдағы популизм, жалған ақпарат пен ақпарат арқылы манипуляция, тіпті деструктивті мазмұнды ықпал жасау дәуірінде сыни ойлау қағидаттарына негізделген жаңа медиамәдениеттің қалыптасуы өзекті. Бірақ, медиа саясаттағы көне ұстанымдар, медиа ағартудың медиа нарық талаптарына жасап бере алмауы, жалпы «жайлы орнын» өзгертпеу талпынысы байқалады. Бұл жағдай әр түрлі дерек көздері – әлеуметтік желі, мессенджерлер, ресми таратылым және шетелдік БАҚ ықпалымен отандық медиа пайдаланушылардың бөлшектенуіне алып келеді» деп санайды [17].

Қазіргі ақпараттық қоғамда ақпараттық күн тәртібін құру процесі айқындалып, ал күн тәртібінің өзі өте динамикалық және өзгермелі болып келеді. Оның мазмұны қысқа уақыт ішінде және әртүрлі акторлардың ықпалымен айтарлықтай өзгеруі мүмкін, сонымен қатар оның қалыптасуына ықпал ететін желілік технологиялар сияқты орталықтандырылмаған белгілерге ие бола отырып, желілік деңгейге өтті. Осыған байланысты ақпараттық күн тәртібін құрудағы әр түрлі субъектілердің рөлі туралы мәселе өте өзекті болып отыр. Бұл үрдіске дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының (мысалы, теледидар), интернет-медиаының (мысалы, Интернет жаңалықтар басылымдарының) және қазіргі заманғы әлеуметтік медианың қатысуы ерекше қызығушылық тудырады.

Қорытынды

Қазіргі қоғамның медитация жағдайында ақпарат оның негізгі элементтерінің біріне айналады. Ақпараттық массивті құруға қатысу және оның мазмұндық элементтерінің таралуын бақылау қоғамның стратегиялық мақсаттарын анықтауға бағытталған қоғамдық-саяси даму субъектілерінің маңызды функцияларының біріне айналуға. Бұл функцияны орындау бағыттарының бірі – ақпараттық күн тәртібін құруға субъектілердің қатысуы. Қазіргі қоғамды ақпараттандыру жағдайында ақпараттық күн тәртібіне, оның қалыптасуы мен өзгеруіне байланысты мәселелер ерекше маңызға ие болады.

Ақпараттық күн тәртібі теориясын зерттеудегі негізгі мәселелердің бірі – бұқаралық ақпарат құралдарының күн тәртібі, қоғамдық күн тәртібі және саяси күн тәртібі арасындағы өзара байланысты талдау. Қазіргі таңдағы әлеуметтік медианың ерекшеліктерін, олардың қолданушының қол жетімділігін, олардың мазмұнын қалыптастырудағы қоғамның белсенділігін ескере отырып, әлеуметтік медиа қоғамдық пікірлерді, көңіл-күй мен сұраныстарды айқын көрсетеді деп болжауға болады. Осыған байланысты қоғамдық күн тәртібін бұқаралық ақпарат құралдарымен немесе саяси күн тәртібімен салыстыра отырып, әлеуметтік медианы қоғамдық күн тәртібін қалыптастыратын және негізгі тақырып ретінде қарастыруға жол беріледі.

Әдебиеттер тізімі

1. Липпман Уолтер. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с; Cohen B. The Press and Foreign Policy. Princeton, 1963.
2. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People Choice. – N.Y.: Columbia University Press, 1948. – P. 152.
3. McCombs M., Shaw D. The agenda-setting function of Mass-Media // Public opinion quarterly. – 1972. – Vol. 36. – P. 176-187.
4. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей и стать медиатором [Электронды ресурс] / Константин Гаврилов. – СПб.: Амфора. ТИД, 2007. – 299 с. URL: http://yanko.lib.ru/books/smi/gavrilov-kak_del_sujet-2007-1.pdf (қаралған мерзімі: 25.02.2021).
5. Деннис Э. Мерилл Д. Беседы о масс-медиа. – М.: Вагриус, 1997.
6. Шестопап Е.Б. Политическая повестка дня российской власти и её восприятие гражданами // Полис. – 2011. – № 2.– С. 8. [Электронды ресурс] URL:<https://www.politstudies.ru/files/File/2011/2/2.pdf> (қаралған мерзімі:29.01.2021).
7. Дегтярев А.А. Процесс принятия и осуществления решений в публично-государственной политике: динамичный цикл и его основные фазы // Полис. – 2004. – № 4.– С. 163–164. [Электронды ресурс] URL: <https://www.politstudies.ru/files/File/2004/4/Polis-2004-4-Degtyaryov.pdf> (қаралған мерзімі: 10.03.2021).

8. Жүнісбекова Г., Әбеннова А. Мемлекетті тиімді басқарудағы қоғамдық пікірдің рөлі // Қоғам және Дәуір. – 2020. – №1. – 22 б.

9. Кольцова О.Ю. Кто и как влияет на производство новостей в современной России // ProetContra. Т. 6. – 2001. – № 2. – С. 82-108.

10. Дьякова Е.Г. Власть и массовая коммуникация (опыт теоретического моделирования): диссертация на соискание ученой степени д-ра полит. наук. – Екатеринбург, 2003, – 301 с. [Электронды ресурc]. URL:<https://www.dissercat.com/content/vlast-i-massovaya-kommunikatsiya-opyt-teoreticheskogo-modelirovaniya> (қаралған мерзімі:10.03.2021)

11. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Проблема конструирования реальности в процессах массовой коммуникации: гипотеза «agenda-setting» // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. – 1999. – №1. – С. 142-160.

12. Кастельс М. Власть коммуникации [Текст] : учеб. пособие / М. Кастельс; пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.

13. Walgrave S., Van Aelst P. The contingency of the mass media's political agenda setting power: Toward a preliminary theory // Journal of Communication. 2006. Vol. 56. P. 88–109.

14. Султанбаева Г.С. Современный Казахстан: развитие политической коммуникации в СМИ // Современные наукоемкие технологии. – 2008. – № 12. – С. 54-55 [Электронды ресурc] URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=24352> (қаралған мерзімі: 15.03.2021).

15. Althaus S.L., Tewksbury D. Agenda setting and the «new» news - Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times // Communication Research. – 2002. – Vol. 29. – P. 180–207.

16. Барлыбаева С.Х. Современное медиа развитие в Казахстане // Международный научно-исследовательский журнал. – 2012. – №4. – С. 16-18. [Электронды ресурc] URL:<https://research-journal.org/hist/sovremennoe-media-razvitie-v-kazaxst/> (қаралған мерзімі: 15.03.2021).

17. Назарбетова А.К. Политический контекст масс-медийного пространства: опыт политической компаративистики: дисс. на соискание доктора философии. [Электронды ресурc] URL:<https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder17928/.pdf> (қаралған мерзімі: 23.03.2021).

Transliteration

1. Lippman, Yolter. Obestvennoe mnenie [Public opinion] /Per. s angl. T.V. Barchýnovoi. Redaktery perevoda K.A. Levinson, K.V. Petrenko. – М.: Institutý Fonda «Obestvennoe mnenie», 2004. – 384 s. (in Rus); Cohen B. The Press and Foreign Policy. – Princeton, 1963.

2. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People Choice. – N.Y.: Columbia University Press, 1948. – P. 152.

3. McCombs M., Shaw D. The agenda-setting function of Mass-Media // Public opinion quarterly. – 1972. – Vol. 36. – P. 176-187.

4. Gavrilov K. Kak delat s'ýjet novostei i stat mediatvortsom [How to make a news story and become a media worker] – SPb.: Amfora. TID, 2007. – 299 s. [Ehlektrondyresurs] URL:http://yanko.lib.ru/books/smi/gavrilov-kak_del_sujet-2007-1.pdf (qaralgan merzimi: 25.02.2021) (in Rus).

5. Dennis E. Merrill D. Besedy o mass-media. – M.: Vagriýs, 1997. – S.155.

6. Shestopal E.B. Politicheskaya povestka dnia rossuskoj vlasti i eë vospriyatie grajdanami [The political agenda of the day of the Russian authorities and its perception of citizens]. // Polis, № 2. – 2011. – S. 8. [Ehlektrondy resurs] URL:<https://www.politstudies.ru/files/File/2011/2/2.pdf> (qaralgan merzimi: 29.01.2021) (in Rus).

7. Degtiarev A.A. Protsess primatiya i osýestvleniya reshenni v pýblichno-gosýdarstvennoy politike: dinamichnytsikl i ego osnovnye fazy [The process of making and implementing decisions in public-state policy: a dynamic cycle and its main phases] [Ehlektrondyresurs]// Polis. – № 4. – 2004. – S. 163-164.URL:<https://www.politstudies.ru/files/File/2004/4/Polis-2004-4-Degtyaryov.pdf> (qaralgan merzimi: 10.03.2021). (in Rus).

8. Zhynisbekova G., Òbenova A. Memleketti tiimdi baskarudary qoǵamdyk pikiridin røli [The role of public opinion in the effective management of the state] // Qoǵam zhøne Døuir. – 2020. – №1. – 22 b. (in Kaz).

9. Koltsova O.Íy. Kto i kak vliuaet na proizvodstvo novostei v sovremennoy Rossii [Who and how influences the production of news in modern Russia] // ProetContra. – T. 6. – 2001. – № 2. – S. 82-108. (in Rus).

10. Diakova E.G. Vlast i massovaya kommýnikatsiya (opyt teoreticheskogo modelirovaniya) [Power and mass communication (theoretical modeling experience)]: dissertatsiya na soiskanie ýchenoi stepeni d-ra polit. naýk. Ekaterinbýrg, 2003, – 3017 s. [E'lektrondy resurs]. URL:<https://www.dissercat.com/content/vlast-i-massovaya-kommunikatsiya-opyt-teoreticheskogo-modelirovaniya> (qaralgan merzimi: 10.03.2021). (in Rus).

11. D'jakova E.G., Trakhtenberg A.D.. Problemy konstruirovaniya real'nosti v processakh massovoj kommunikacii: gipoteza «agenda-setting» [The problem of constructing reality in the processes of mass communication: the “agenda-setting” hypothesis] // Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya RAN. – 1999. – № 1. – C. 142-160. (in Rus)

12. Kastels M. Vlast kommýnikatsii [Power of communication]: ýcheb. posobie / per. s angl. N. M. Tylevich; pod naých. red. A. I. Chernyh; Nats. issled. ýn-t «Vysshaya shkola ekonomiki». – M.: Izd. Dom Vysshei shkoly ekonomiki, 2016. – 564 s. (in Rus).

13. Walgrave S., Van Aelst P. The contingency of the mass media's political agenda setting power: Toward a preliminary theory // Journal of Communication. – 2006. – Vol. 56. – P. 88–109.

14. Sultanbaeva G.S. Sovremennyy Kazakstan: razvitie politicheskoy kommunikacii v SMI [Modern Kazakhstan: development of political communication in the media] // Sovremennye naukoemkie texnologii. – 2008. – № 12. – S. 54-55. [E'lektrondy resurs] URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=24352> (qaralgan merzimi: 15.03.2021) (in Rus).

15. Althaus S. L., Tewksbury D. Agenda setting and the «new» news — Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times // Communication Research. – 2002. – Vol. 29. – P. 180–207.

16. Barlybaeva S.X. *Sovremennoe media razvitie v Kazakstane* [Modern media development in Kazakhstan] // *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal*. – 2012. – №4. – S. 16-18. [E'lektrondy resurs] URL: <https://research-journal.org/hist/sovremennoe-media-razvitie-v-kazaxst/> (қаралған мерзими: 15.03.2021) (in Rus).

17. Nazarbetova A.K. *Politicheskij kontekst mass-medijnogo prostranstva: opyt politicheskoy komparativistiki* [The political context of the mass media space: the experience of political comparative studies]: diss. na soiskanie doktora filosofii. [E'lektrondy resurs] URL:<https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder17928/.pdf> (қаралған мерзими: 23.03.2021) (in Rus).

АВТОР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР

<i>Алмас Әжкенұлы Арзықұлов</i>	<i>Докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, e-mail: almas_sunkari@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-2837-355X</i>
<i>Алмас Азкенович Арзикулов</i>	<i>Докторант, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, almas_sunkari@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-2837-355X</i>
<i>Almas Arzikulov</i>	<i>Doctoral student, L.N. Eurasian National University Gumilyov, Nur-Sultan, almas_sunkari@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-2837-355X</i>

Мақалаға сілтеме: Арзықұлов А.Ә. Күн тәртібін қалыптастыру теориясының зерттелуі // Адам әлемі. - 2021. №1(87), сс. 66-77.