

Карлыгаш Нугманова¹, Эльмира Кагазбаева², Шынар Сейтнур³

¹«Шығыс-Батыс» халықаралық геосаяси болжау орталығының президенті,
саяси ғылымдар докторы
e-mail: politassoc@mail.ru
(Астана, Қазақстан)

²Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ профессоры, саяси ғылымдар кандидаты
e-mail: Kagazbaeva.e@gmail.com

³Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ оқытушысы
e-mail: Shinar.askarovna@mail.ru
(Алматы, Қазақстан)

САНДЫҚ БАҚ ҚАЗАҚСТАННЫҢ АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІНІҢ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

Андатпа. Жақын болашақта сандық бұқаралық ақпарат құралдары кез келген мемлекет үшін ақпараттың негізгі әрі бастапқы көзі болады, демек бұл ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету үдерісінде сандық бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі елеулі болмақ екенін білдіреді. Қазақстан Республикасындағы сандық БАҚ маңызды саяси ресурсқа айналуға. Қазақстанның ақпараттық қауіпсіздігіне төнетін қауіп трансұлттық желі және жаңа медиа болып табылады. Олардың кейбіреулері тіпті бұқаралық ақпарат құралдары жүйесінде деструктивті салдарға алып келеді. Аталмыш зерттеудің мақсаты - Қазақстан Республикасында жаңа медианы дамыту саласындағы негізгі үдерістерді талдау болып табылады.

Авторлар медиа кеңістік субъектілері саяси үдерістің белсенді қатысушыларына айнала отырып, саяси шындықты құрастырудың құралы болады деген қорытындыға келеді. Сандық БАҚ-тың ресурстық әлеуеті бірінші кезекте азаматтардың, содан кейін азаматтар мен биліктің өзара іс-қимылы үшін алаңдар құруға, адами әлеуетті тартуға бағытталған технологияларды дамытуға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: сандық БАҚ, әлеуметтік желі, ақпараттық қауіпсіздік, қызығушылықтар, байланыс, азаматтық қоғам.

Карлыгаш Нугманова, Эльмира Кагазбаева, Шынар Сейтнур ЦИФРОВЫЕ СМИ КАК ФАКТОР ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАЗАХСТАНА

Аннотация. В ближайшей перспективе цифровые средства массовой информации станут основными первоисточниками информации для

населения любого государства, следовательно, роль цифровых масс медиа в процессе обеспечения информационной безопасности будет значительной. Цифровые СМИ в Республике Казахстан становятся важным политическим ресурсом. Угрозу информационной безопасности Казахстана представляют транснациональные сетевые, новые медиа, некоторые из которых приводят в системе средств массовой информации к деструктивным последствиям. Цель данного исследования – проанализировать основные тенденции в сфере развития новых медиа в Республике Казахстан.

Авторы приходят к выводу, что субъекты медиа пространства становятся активными участниками политического процесса и выступают инструментом конструирования политической действительности. Ресурсный потенциал цифровых СМИ позволяет создать площадки для взаимодействия, в первую очередь граждан между собой, а затем граждан и государственной власти, развить технологии, направленные на привлечение человеческого потенциала.

***Ключевые слова:** цифровые СМИ, социальные сети, информационная безопасность, интересы, коммуникация, гражданское общество.*

Karlygash Nugumanova, Elmira Kagazbaeva, Shynar Seitnur **DIGITAL MEDIA AS A FACTOR OF INFORMATION SECURITY IN** **KAZAKHSTAN**

Abstract. In the near future, digital mass media will become the main primary sources of information for the population of any state, therefore, the role of digital mass media in the process of ensuring information security will be significant. Digital media in the Republic of Kazakhstan are becoming an important political resource. The threat to the information security of Kazakhstan is posed by transnational network, new media, some of which lead to destructive consequences in the media system. The purpose of this study is to analyze the main trends in the development of new media in the Republic of Kazakhstan.

The authors come to the conclusion that the subjects of the media space become active participants in the political process and act as a tool for constructing political reality. The resource potential of digital media makes it possible to create platforms for interaction, primarily between citizens, and then citizens and state power, to develop technologies aimed at attracting human potential.

***Keywords:** digital media, social networks, information security, interests, communication, civil society.*

Кіріспе

Ұсынылып отырған ғылыми мақаланың өзектілігі келесідей факторларға негізделді: біріншіден, ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі сандық бұқаралық ақпарат құралдарының ролін ғылыми талдаудың қажеттілігімен;

екіншіден, қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі көп жағдайда мемлекеттің мүдделерімен немесе ірі медиа-холдингтердің меншік иелерімен анықталады, бұл өз кезегінде ұсынылатын ақпараттың сенімділігі мен сапасына күмән келтіртеді. Үшіншіден, сандық медиа көптеген адамдардың, әсіресе жастардың қызығушылығын тудырады. Оның ақпаратқа жылдам қол жетімділігі, адамдар арасында жылдам байланыс орнату, қарым-қатынас пен бизнесті дамыту мүмкіндігі, сонымен қатар басқа да қосымша артықшылықтары пайдаланушылардың көпшілігінің назарын аудартады.

Медиялық кеңістік ақпараттық кеңістіктің бір бөлігі. Ол қоғамға ақпарат беру өкілеттіктері мен құқықтарын субъектілер арқылы беретін бұқаралық ақпаратты тарату саласы болып табылады. Сондай-ақ, бүгінгі таңда медиа кеңістік саяси және әлеуметтік әлеуеті зор саясаттың институционалдық мәртебесіне ие көпфункционалды саяси және әлеуметтік институт болып саналады.

Зерттеу әдістемесі

Зерттеу салыстырмалы-саяси және жүйелі талдау әдістеріне негізделген. Бұл сандық бұқаралық ақпарат құралдарының Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігіне деген ықпалы мен рөлін анықтауға мүмкіндік берді. Жағдайға ашық дерек көздерден, интернет-ресурстардан, БАҚ-тардағы мақалалардан, ғылыми жарияланымдардан дескриптивті талдау жүргізілді.

Зерттеу нәтижелері

Сандық бұқаралық ақпарат құралдарын зерттеушілер жиі онлайн БАҚ немесе ғаламторлық БАҚ деп те атайды. Шын мәнінде олар жаңа медиа деген кең ұғымның бір бөлігі болып табылады. Ал бұл «жаңа медиа» (ағылш. new media) ұғымын ғылыми айналымға 1991 жылы американдық зерттеуші Р.Нойман енгізген [1, 516.].

Сандық бұқаралық ақпарат құралдарының дамуы тыңдаушылар мәртебесі өзгерген кезде ақпараттық қоғамның жаһандық өзгерістеріне әкелді: ақпаратты тұтынатын азамат бір мезгілде ақпаратты тұтынушы да, өндіруші де болды. Американдық ғалым Э. Тоффлер өзінің «Үшінші толқын» кітабында алғаш рет «просьюмер» (ағылш. prosumer) деген ұғымды қолданады, бұл өндіруші мен тұтынушының бір адам екенін білдірген [2, 76 б.]. Аталмыш ұғым сандық БАҚ қызметінің даму бағытын көрсетеді. Бір қызығы, просьюмерлер сандық бұқаралық ақпарат құралдарының ақпараттық материалдарын таратумен айналысады, әлеуметтік-креативтік атқарымды орындайды, ақпараттық контенттің медиа сыншысы ретінде әрекет етеді, сонымен қатар осы ресурсқа жеке баға бере алады [3, 75 б.].

Қазіргі кезеңдегі негізгі саяси акторлар қоғамдық тәртіп үдерісіне енгізілген әлеуметтік желілер болып табылады. Желілік қоғамдастық - бұл интерактивті орта, онда қоғамдық пікірді қалыптастыруға әсер ететін әлеуметтік желілер мен блогосфера пайдаланушылары арасында ақпарат алмасу орын алады, сондай-ақ саяси шешімдер қабылдауға ықпал ететін саяси

желілік қоғамдастықтардың жаңа топтары мен қарсы топтары құрылады. Бұл платформаларда саяси диалог және талқылау ұйымдастырылады [4, 207 б.].

Ресейлік ғалымдар А.Э. Гапич пен Д.А. Лушников әлеуметтік желілердің ерекшелігі ақпараттың әлсіз байланыстар арқылы, яғни бейтаныс және таныс емес адамдар арқылы таратылуымен байланысты деп есептейді [5, 45 б.]. Ал америкалық ғалым М. Грановеттер «Әлсіз байланыстар күші» еңбегінде әлеуметтік желілерді ашатын ұтқырлықты дамыту мүмкіндіктерін көрсетті. Ғалым әлсіз байланыстары бар адамдар аз байланысқа ие болғандықтан, ақпарат пен мүмкіндіктер күшті байланыстарға қарағанда әлсіз байланыстар арқылы тезірек беріледі деп тұжырымдады. «Яғни әлсіз байланыстар көпір іспеттес, алайда олардың ұшы-қиыры көрінбейді және қайда апаратыны белгісіз» [6]. Қазіргі кезеңде әлеуметтік желілер азаматтық қоғамның да, мемлекеттік құрылымдардың да қайнар көзі болып табылатыны сөзсіз. Бүгінгі күні кез келген елдің мәселесі, тіпті ең қуатты мемлекеттердің де бақылауынан тыс оқиғалардың көбеюі. Сондықтан корпорациялар мен үкіметтік емес ұйымдардан бастап қылмыскерлерге дейінгі жеке тұлғалар мен жеке ұйымдар әлемдік саясатта тікелей рөл атқара алады.

Ғаламтордың кең таралуы ақпарат тұтынушыларына жаңалықтарды шығару тетіктерін ғана емес, оны тарату платформасын да пайдалануға мүмкіндік берді [7, 610 б.]. Американдық зерттеуші Б. Солис өз назарын әлеуметтік медианың технологиялық жағына қарай аудара отырып: әлеуметтік желілердің кең тараған түрі - пайдаланушылардың жаңалықтарды, ақпараттарды және мазмұнды ашу, оқу және түсіндіру тәсілдері деп санады. Бұл монологтарды (біреуден көпшілікке) диалогқа (көпшіліктен көпшілікке) айналдыратын әлеуметтік элементтер мен озық технологиялардың бірігуі [8, 19 б.]. Сонымен бірге, испандық әлеуметтанушы М. Кастельс әлеуметтік медидағы өзара әрекеттестікке бұқаралық өзін-өзі байланыстырудың жаңа түрі ретінде анықтама берді [3, 74 б.].

Бұқаралық ақпараттың даму тарихындағы негізгі тренд сандық жүйеге көшу тренді болып табылатынын атап өткен жөн. Егер бастапқы кезеңде БАҚ-ты мемлекет иелігінен алу мен тәуелсіз медиа құру үдерісі жүрсе, екінші кезеңде медиа ұйымдар іріленіп, холдингтер құрылды. Қазіргі кезеңде медиа кеңістікті сандық жүйеге көшірудің белсенді үдерісі жүріп жатыр, мультимедиялық журналистика дамып келеді. Қоғамдық пікірді қалыптастыру үдерісіне блогерлер де белсене қосылды. Сондай-ақ теледидар мен радио, тіпті дәстүрлі газеттер де онлайн форматқа белсенді түрде көшті. Сондай-ақ, әлеуметтік желілер мен мессенджерлер бүгінде ақпараттың негізгі жеткізушісіне айналуға [9, 72 б.].

Егер дәстүрлі БАҚ әдетте тыңдаушылармен қарым-қатынасын тік қарым-қатынас үлгісінде құрса, ғаламтордың пайда болуымен қарым-қатынас моделі өзгеріп, көлденең (веб-сайттар, пікірлер, блогтар, форумдар және т.б.) пішінге ие болды.

1. Ұлттық қауіпсіздіктің дәстүрлі тұжырымдамасы қорғаныс пен қауіпсіздік күштерін құруға, қару-жарақ жүйелерін жинақтауға шоғырланған болатын, оларды өз кезегінде мемлекет жауларға қарсы әрекет ету және

оларды жеңу үшін пайдалануы мүмкін [10]. Бұл түсінік Джон Эдвин Мроздың ұлттық қауіпсіздікті «зиянды қауіп-қатерлерден салыстырмалы еркіндік» ретінде тұжырымдамалаған көзқарасына әсер еткен болуы керек [11]. Ресейлік зерттеуші А.И. Поздняков ұлттық қауіпсіздікті аксиологиялық тәсілмен анықтайды. Сонымен қатар оны ұлттық құндылықтарды, ұлттық меншікті елеулі залалдардан қорғау деп айқындайды [12]. 1962 жылы «қауіпсіздік объективті мағынада алынған құндылықтарға қауіп-қатердің болмауымен, субъективті мағынада бұл құндылықтарға шабуыл жасалады деген қорқыныштың болмауымен анықталатынын атап өткен ұқсас көзқарастарды А. Уолферс те ұстанған» [13].

Ақпараттық дәуір жағдайында ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің маңызды тетіктерінің бірі ақпараттық қауіпсіздік болып табылады. Көптеген дамыған елдерде ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз етумен күштік құрылымдар, оның ішінде Қорғаныс министрлігі айналысады. Ақпараттық салада ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету ақпараттық-психологиялық қауіпсіздікті қамтамасыз етуге байланысты. Ақпараттық-психологиялық соғыс теориясында объектілердің бірі «рухани құндылықтар» болып табылса, ал бұқаралық мәдениет үлгілерін насихаттау объектіні зақымдау құралы болып табылады. Деструктивті ақпаратты жеткізу арналары масс-медиа бола алады. Қазіргі кезеңде ақпараттық қауіпсіздік ұғымы кеңейіп, электрондық коммуникация, цифрлық БАҚ және тұтастай алғанда кибер кеңістік саласына таралады.

Қазіргі ақпараттық қоғамда тікелей емес, «жасырын» басқару технологияларын зерделеу неғұрлым өзекті болып отыр. Бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық санаға ақпараттық-коммуникациялық әсер етудің негізгі құралына айналууда. БАҚ саяси мәдениетке ғана емес, саяси идеологияға да әсер ететін қуатты күш ретінде пайдаланылуы мүмкін. Қазіргі кезеңде медиа кеңістікке қоғам мен мемлекеттік құрылымдардың сыртқы және ішкі ақпараттық және коммуникациялық байланыс арналары кіреді. Атап айтқанда, оларға бұқаралық ақпарат құралдары жүйесін, баспасөз, радио хабарларын тарату, теледидар, сонымен қатар, әлбетте, интернетті жатқызуға болады. Ішкі байланыс арналарына меншікті компьютерлік желілер, интерактивті дерекқорлар, сайттар және басқалар жатады.

Медиялық кеңістік ақпараттық кеңістіктің бір бөлігі болып табылады және қоғамға ақпарат беру өкілеттіктері мен құқықтары берілген субъектілер тарататын бұқаралық ақпарат құралдарының таралу саласы болып табылады. Сондай-ақ, бүгінгі таңда медиа кеңістік саяси және әлеуметтік әлеуеті зор саясаттың институционалдық мәртебесіне ие көпфункционалды саяси және әлеуметтік институт болып табылады.

Қазіргі заманғы саясат уақыт өте келе оны медиа саясат ретінде сипаттайтын белгілерге ие болып келеді, сондықтан толық құқықпен медиалық кеңістікті саяси кеңістіктің бір бөлігі ретінде қарастыруға болады. Бұқаралық ақпараттық-коммуникациялық процестер саяси өмір үшін маңызды болып келеді, себебі ақпарат бүгінгі таңда маңызды ресурс және саяси субъектілердің әрекеттерінің алғышарты ретінде әрекет етеді. Ақпарат

шекарасыз, жеңіл таратылады, бұл белгілі бір мақсаттарға қол жеткізу үшін саяси салада сапалы өзара іс-қимыл жасауға мүмкіндік береді.

Демократиялық және дамыған елдерде ақпараттық ресурстарды пайдалану арқылы, азаматтық қоғаммен өзара іс-қимыл жасау мақсатында мемлекеттің одан әрі дамуы мәселелері бойынша ашық коммуникативтік алаң құрылады.

Озық демократиялық елдерде ақпараттық ресурстарды пайдалана отырып, мемлекеттің одан әрі дамуы мәселелері бойынша азаматтық қоғаммен өзара іс-қимыл жасау үшін коммуникативтік алаң құрылады. Э. Тоффлер биліктің генезисін зерттей отырып, оның үш түрін атап көрсетеді: «қуатқа сүйенетін сапасы төмен билік, байлыққа негізделген орташа сапалы билік, сондай-ақ білімге негізделген жоғары сапалы билік... Қазіргі әлемде билікті молайту көзі бюрократияландыру деңгейін төмендететін және мемлекеттік басқарудың тиімділігін арттыратын білім болып табылады» [14, 27-56 б.]. Осылайша, басқарудың ақпараттық жүйелері мен жаңа ақпараттық қоғамдағы ресурстар саяси биліктің маңызды ресурстарының бірі болып табылады.

«Бұқаралық ақпарат құралдары саясатты медиатизациялау процесінде қоғам мен мемлекеттік билікті байланыстырушы буын болып табылады, өйткені олардың арасында диалектикалық өзара байланыс пен өзара ықпалдасу орнатылады. Адамдардың тыныс-тіршілігін дамыту, жылдам техникалық және әлеуметтік-саяси прогресс, жаңа түрдің пайда болуы, саяси өмірді ақпараттандыру, осының барлығы қазіргі заманғы ақпараттық технологиялардың пайда болуының арқасында мүмкін болды» [15, 13 б.].

Саясатты медиатизациялау барысында ақпараттық технологияларды пайдалану және саяси институттардың қызметі бір деңгейде теріс те, оң да мәнге ие. Сөзсіз, электрондық үкіметті енгізу, мемлекеттік құрылымдарға қоғамдық-саяси мониторинг жүргізу мүмкіндігі ақпараттық технологияларды пайдаланудың оң аспектісі болып табылады. Алайда, сөз бостандығын шектеу, сананы және бұқаралық ақпарат құралдарын бақылау, мақсатты түрде жалған ақпарат беру және зорлық-зомбылықты насихаттау ақпараттық технологияларды пайдаланудың теріс салдары болып табылады.

Қазіргі кезеңде бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі мен маңызы өзгерді. Бүгінде бұқаралық ақпарат құралдары қоғамды ақпараттандыру құралы ретінде де, қоғам тарапынан биліктің қызметін бақылау тетігі ретінде де қызмет атқарады.

Қазіргі заманғы техникалық құралдарды пайдаланатын бұқаралық ақпарат құралдары халықтың жекелеген саяси оқиғаларды қабылдауына үлкен ықпал етеді. Жеке және топтық санаға жасырын әсерді компьютерлік технологиялардың көмегімен және жаһандық желі арқылы жасайды. Әдетте, дәл осы бұқаралық ақпарат құралдары халықтың саяси белсенділігінің немесе пассивтілігінің мониторингімен айналысады. Сондықтан бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық сананы манипуляциялаудың басты құралдарының бірі болып табылады. Жеке адамның санасына әсер етудің кең таралған әдістеріне жала жабу, фактілерді бұрмалау, маңызды фактілерді үнсіздендіру, жалған ақпаратты тарату жатады. Сондықтан да сананы айла-шарғы жасау және ақпаратты кодтау сияқты проблемалар бар. Э. Тоффлердің пікірінше, «жеке

адам кодталған, бірақ сондай-ақ алдын ала жасалған хабарлардың ұлғайып бара жатқан санын ала бастайды» [16, 25 б.].

Желілік және дәстүрлі электрондық құралдармен қатар жоғарыда аталған хабарламалар ақпараттық технологияларды енгізудің арқасында пайдаланылады. Ресейлік ғалым С.Г. Кара-Мурзаның пікірінше, сана айла-шарғысының мәнін анықтау кезінде «ой-пікірлерді бағдарламалау және масса, олардың көңіл-күйлерін, тіпті психикалық жай-күйін, айла-шарғы құралдарын меңгерген адамдарға қажетті мінез-құлықты қамтамасыз ету мақсатында жүзеге асады... Осылайша, манипуляция - адамдардың мінез-құлқын бағдарламалау арқылы оларға рухани әсер ету арқылы үстемдік ету тәсілі болып есептеледі» [17].

Қоғамда құндылық қондырғыларды қалыптастыру, «ыңғайсыз» ақпаратты таратуды шектеу немесе жасыру сияқты манипуляция әдістері қоғамдық пікір айла-шарғы болып табылады және саяси шындықта кеңінен қолданылады. Бұқаралық ақпарат құралдарының көпшілігі ақпарат беруде объективті емес, өйткені көбінесе медиа холдингтер белгілі бір бизнес және саяси құрылымдарға тиесілі. Оның үстіне журналистердің жеке және психологиялық ерекшеліктері де ақпарат беруге әсер етеді. Жұртшылық мемлекеттің ішкі және сыртқы саясаты туралы, биліктің барлық тармақтарының қызметі туралы ақпаратты бұқаралық ақпарат құралдарының арқасында алатыны сөзсіз. Медиа арқылы алынған ақпарат азаматтардың көпшілігімен дұрыс немесе бұрыстығына байланысты тексерілмейді, сондықтан жеке адамның санасында қауымдастық және мінез-құлық таптаурындары, құндылықтар мен қондырғылар, мінез-құлық үлгілері қалыптасады, олар кейіннен жеке тұрғыда қабылданады.

Сонымен, қоғам дамуының жаһандық тренді виртуалды азаматты қалыптастыруға ықпал ететін әлемнің өзара байланысы болып табылады. Қоғамдық пікір білдіру монополиясына ие болу құқығын дәстүрлі азаматтық қоғам институттарымен қатар жаңа желілік институттар да қолдайды. Веб-технологиялар пайдаланушылармен қарым-қатынас үдерісінде қолданылады. Ғаламторды пайдаланушылардың көпшілігінде блогтар, қоғамдастықтар, күнделіктер, жаңалықтар бар, бұл оларға әлеуметтік желіде қызмет етуге және белсенді түрде әрекет етуге мүмкіндік береді. Сондықтан ғылыми қауым үшін әлеуметтік желілердің таралуы, олардың рөлі мен маңызы аса зор.

Қазіргі жағдайда бұқаралық ақпарат құралдары нағыз саяси бәсекелестік пен күрес жүріп жатқан алаңға айналды. Шетелдік зерттеушілер БАҚ-ты «төртінші билік» деп атайды, себебі олар сайлау науқандары кезінде ғана белсенділік танытып қоймай, қоғамдық пікір қалыптастырады, саяси үдерістерге қатысады.

Нәтижелерді талқылау

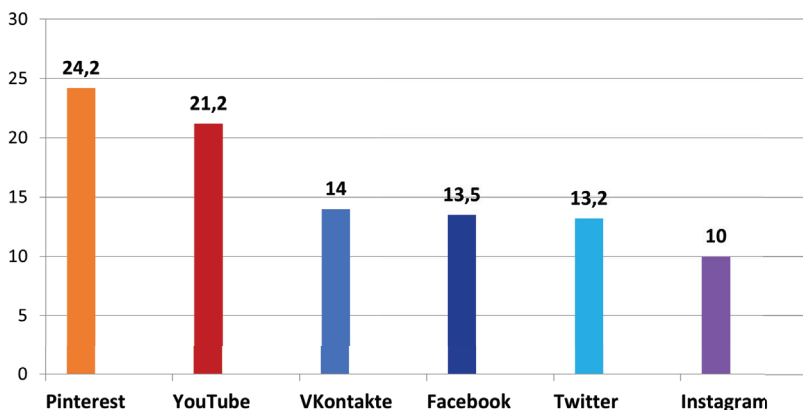
Ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін мемлекет тиімді ақпараттық саясатты жүзеге асыруы қажет. 2012 жылғы 6 қаңтардағы «Қазақстан Республикасының Ұлттық қауіпсіздігі туралы» Қазақстан Республикасы Заңының 23-бабы ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету жөніндегі

қызметтің негізгі бағыттарын реттейді.

Қоғам мен мемлекет дамуының негізгі қайнар көзі дәл осы ақпарат болғандықтан, ал ақпараттық үдерістер елдің қызмет етуіндегі барлық ішкі және сыртқы саяси үдерістердің маңызды бөлігі болғандықтан, мемлекеттік ақпараттық саясат мақсаттар жиынтығынан тұрады. Олар бірінші кезекте ақпараттық саладағы ұлттық мүдделерді, сондай-ақ мемлекеттік билік пен қоғамның ақпараттық өзара іс-қимылын реттеу үшін мемлекет әзірлеген кешенді басқару стратегиясы мен оларды іске асыру әдістерін көрсетеді. Қазіргі уақытта Қазақстанда мемлекеттік ақпараттық саясаттың бірыңғай тұжырымдамасы әлі қабылданған жоқ. Дегенмен, қазақстандық ақпараттық заңнама белсенді даму кезеңінде.

Бүгінгі таңда Қазақстанда бұқаралық ақпарат құралдарының екі түрі бар: біріншісі өзге де байланыс арнасы бар (теледидар, баспа басылымдары, радио). БАҚ-тың екінші түрі ғаламторды тындаушылармен байланыстың негізгі арнасы ретінде пайдалану. Ақпараттандырудың арқасында баламалы байланыс арналары, атап айтқанда диалогтық коммуникация пайда болды. Бұл кезде мақсатты аудитория ақпаратты біржақты түрде тұтынып қана қоймай, әлеуметтік желілер арқылы кері байланыс беріп, осылайша қоғамдық пікір қалыптастырады.

Бір қызығы, Қазақстандағы пандемия ғаламторды пайдаланушылардың өсуіне ықпал етті. Мәселен, Digital Kazakhstan 2021 мәліметіне сүйенсек 2021 жылдың басында елімізде 16 миллионға жуық ғаламтор қолданушылары болған және ғаламторға енгізілімдер 82 %-ды құраған. Ал әлеуметтік желілерді пайдаланушылардың саны 12 миллионды құрады, бұл өз кезегінде Қазақстанның жалпы халқының шамамен 64 %-ы [18]. Пандемия кезінде ғаламтор үлесі 25 %-ға өсті, ал теледидар үлесі керісінше 20 %-ға қысқарды.



1-сурет. Қазақстандағы 2021 жылғы әлеуметтік медиа көрсеткіші (% -бен) [19]

1-суретте 2021 жылы Қазақстанда қандай әлеуметтік медиалардың танымал болғаны көрсетілген. Мемлекеттік тапсырыс бойынша шетелдік

Brand Analytics талдау компаниясы Қазақстанда әлеуметтік желілерді пайдалану бойынша зерттеу жүргізіп, мынадай қорытындыларға келген болатын: біріншіден, ең танымал әлеуметтік желі - «ВКонтакте» желісі, одан кейін «Instagram», «Мой мир» және «Facebook». Екіншіден, азаматтардың сеніміне ие болып табылатын WhatsApp мессенджерлері - 16%-ды, Telegram - 12,5%-ды құрады. Үшіншіден, азаматтардың баспа БАҚ-қа сұранысының төмендеуі, басылымдар таралымының қысқаруы және олардың сандық форматқа көшу үдерісі байқалды. Төртіншіден, теледидардың негізгі ақпарат арнасы ретінде танымалдылығы қысқарып, керісінше Қазақстан азаматтары үшін ғаламтор негізгі ақпарат көзіне айналды [20]. Алайда, ғаламтор басылымдарының көпшілігі өзін қоғамдық-саяси емес, ақпараттық-ойын-сауық тұрғысында көрсетеді. Бұл ең алдымен пайдаланушылар тарапынан түсетін сұранысқа байланысты, ал олардың басым бөлігін жастар құрайды.

Бүгінгі таңда Қазақстанда 5189 БАҚ тіркелген, оның ішінде 3676 - мерзімді басылымдар (2180 - газеттер, 1496 - журналдар), 191 - телеарналар, 84 - радио, 539 - ақпараттық агенттіктер мен 420 - желілік басылымдар, 279 - шетелдік телеарналар [21]. Көріп отырғанымыздай, неғұрлым көп топ баспа БАҚ болып табылады. Бұл ретте бұқаралық ақпарат құралдарының саны жыл сайын артып келеді. Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі Ақпарат комитетінің мәліметі бойынша 2021 жылы 166 телеарнаның ішінен «КТК», «Qazaqstan», «НТК», «Еуразия бірінші арнасы», «Хабар», «31 арна» сияқты 6 телеарналар ТОП-10 телеарналардың қатарына енді. Оның ішінде 4 мемлекеттік телеарналар («Qazaqstan», «Хабар», «Хабар 24», «Еуразия бірінші арнасы»). Бүгінгі күнде елімізде сандық эфирлік телерадио хабарларын таратумен халықтың 92,35% қамтылған [22].

Осылайша, бүгінгі таңда дәстүрлі БАҚ әлі де сандық тұрғыда басымдыққа ие болғанымен, сандық жүйеге көшіру тренді байқалады. Аталған ғылыми мақала аясында «Орталық Азиядағы ғаламтордағы жаңалықтар материалдарын тұтыну» жобасы аясында жүргізілген 2019 жылғы зерттеу нәтижелері қызығушылық тудырады. Зерттеу Қазақстан, Өзбекстан, Қырғызстан, Тәжікстан сияқты Орталық Азия елдерінде жүргізілді. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, Қазақстан азаматтары арасында ақпарат көзі ретінде «Instagram» және «Facebook» әлеуметтік желілері көш бастап тұр. Қазақстандағы респонденттердің 60 пайызының ақпарат алмасу желілері «WhatsApp» пен «Telegram» мессенджерлері болып табылады. Сондай-ақ, жаңалықтарды қазақ тілінде алуға деген қажеттілік те байқалды. Бұл ретте, ресми жаңалықтар қызметтеріне және мемлекеттік сайттарға, әдетте, өңірлердегі пайдаланушылар сенеді [23, 57 б.].

Қазіргі Қазақстанда демократиялық үдерістер қоғам тіршілігінің түрлі жақтарын, оның ішінде ақпараттық саланы да қамтиды. Республикада демократиялық ақпараттық кеңістіктің белсенді қалыптасуы жүріп жатыр, оның негізгі қағидаттары сөз бостандығы, жариялық, плюрализм, тәуелсіздік қағидаттары болып табылады. Ақпараттандыру үдерісінің саясатқа әсері бостандықтарды кеңейтуден, саяси өмірге қатысудан, билікті орталықсыздандырудан көрінеді.

Біздің ойымызша, қазірде Қазақстанның алдында тұрған өткір мәселе БАҚ қызметінде құқықтық, саяси-экономикалық, ұйымдастыру шараларын әзірлеу кезінде жеке тұлға, қоғам және мемлекет мүдделерінің теңдестігін қамтамасыз ету мәселесі. Бұл орайда, қарама-қарсы көзқарастағы баламалы БАҚ-қа қатысты салмақты ұстаным қажет. «Шекарасыз репортерлер» халықаралық үкіметтік емес ұйымының зерттеулеріне сәйкес 2022 жылы Қазақстан «Бостандық пен баспасөздің дүниежүзілік индексі» санатында 180 елдің ішінде 122-орынды иеленіп, 48,28 ұпай жинады. Зерттеу сараптамалық бағалау әдісімен жүргізілді. Ұпай неғұрлым жоғары болса, елдегі БАҚ қызметі үшін шектеулер де соғұрлым көп болады [24]. Халықаралық тәуелсіз сарапшылар 1997 жылдан бастап мемлекет қолданыстағы саяси режимді насихаттау арналары болған медиа ландшафтты және дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарын жойғанын атап өтті. Алайда ол мүлдем жойылып кеткен жоқ. Баламалы қазақстандық БАҚ сақталды, атап айтқанда Vlast.kz, Kursiv.kz, Factcheck.kz, Malim.kz. Бүгінде Қазақстанда тәуелсіз сандық БАҚ-тың қалыптасу үдерісі белсенді жүріп жатыр, кәсіби журналистер әлеуметтік желілерде баламалы жобалар ашуда. Ең танымал жобаларды атасақ: YouTube-та «За нами уже выехали» (325 мың тіркелуші), «Гиперборей» (304 мың тіркелуші), Orda.News (161 мың тіркелуші), Jurttyн Balasy (322 мың тіркелуші) және т.б. Қазақ тілді сандық БАҚ арасында «Nartay Aralbayuli» (490 мың тіркелуші), «Barys media» (187 мың тіркелуші), «Ylusmedia» (101 мың тіркелуші), журналист Әсем Жапишеваның «Тіл кеспек жоқ» (109 мың тіркелуші) атап өткен жөн. Қазақстанда сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес жүргізетін тәуелсіз сандық БАҚ пайда болуда. Ең жарқын мысал ретінде 109 мың тіркелушілерден тұратын Instagram-дағы «Protenge.kz» парақшасы, ютуб арнасындағы - «Shishkin_like» (11,7 мың тіркелуші). Баламалы (тәуелсіз) сандық БАҚ-тың ерекшелігі оларға мемлекет тарапынан ешқандай субсидиялар берілмеуінде, яғни олар тек тіркелушілердің жарнамалары мен донаттарына сенеді. Сондай-ақ, пайдаланушылардың қазақ тілді контентке сұранысы байқалады.

Республиканың қазақ және орыс тілді бұқаралық ақпараттары арасындағы алшақтықтың байқалуын атап өткен жөн. Елдің негізгі екі тілінде шығатын БАҚ бір-бірімен өзара әрекеттеспейді және өзара ынтымақтаспайды, бұл басылымдардың мазмұнына да әсер етпей қоймауда. Қазақ тілінде жарық көретін БАҚ орыс тілді басылымдар жазып отырған мәселелер туралы айтпайды және керісінше орыс тілінде жарық көретін басылымдар қазақ тілді басылымдар жазып отырған мәселелерді қарастырмайды. Бұл кейіннен халықты нашар немесе тіпті қарама-қайшы ақпараттандыруға және тілдік топтардың өсіп келе жатқан түсініспеушілігіне әкелуі әбден мүмкін. Бұдан басқа, қазақ және орыс тілді БАҚ-тың тақырыптық артықшылықтарында, кәсібилік деңгейінде диссонанс байқалады.

БАҚ-тың дамуына қаржылық және саяси екі фактор әсер етеді. Мәселен, көптеген редакторлар мен БАҚ иелері өткен жылдармен салыстырғанда жарнама мен қаржыландырудың айтарлықтай тұрғыда азаюына байланысты жаңа жобаларды қысқартуға, бұқаралық ақпарат құралдарын дамыту

жоспарларынан бас тартуға мәжбүр болғанын айтты. Редакторлар мен меншік иелерінің бір бөлігі жарнаманың бұрынғы қаржылық көлемі қайтарылған жағдайда жаңа идеяларды енгізуге дайын екендіктерін де атап өтті. Журналистер мен редакторлар бұқаралық ақпараттың дамуы елдегі саяси ахуалға және мемлекеттік құрылымдардың БАҚ-қа көбірек еркіндік беруге деген дайындығына байланысты екендігін айтқан болатын [25, 12 б.].

Редакторлар мемлекет тарапынан, әсіресе электрондық БАҚ-қа қатысты бұқаралық ақпаратты бақылаудың үдерісі алаңдаушылық тудыратынын атаған. Бұл ретте көпшілік мемлекеттік құрылымдар тарапынан бақылау әлсіреген жағдайда, көптеген бұқаралық ақпарат тыңдаушылар үшін неғұрлым сұранысқа ие болып, анағұрлым қызықты және мазмұнды материалдар дайындай алар еді деген пікірде болды [25, 12 б.].

Біздің елімізде блогосфера қарқынды түрде дамып келеді. Блогтар - ғаламторға кіруге мүмкіндігі бар әрбір адам үшін бірегей формат болып табылады. Ағылшын тілінен аударғанда «blog» сөзі «оқиғалар күнделігі» немесе «желілік журнал» дегенді білдіреді. Бұл мәтін, суреттер және мультимедиа бар жазбалар (посттар) жүйелі түрде қосылатын торап. Блог бұл – «пайдаланушының жеке сайты, ол көпшілікке қолжетімді және үнемі жаңартылып отыратын жазбалардан, суреттерден және медиадан тұрады. Оқырман мен автордың қоғамдық пікірталастарын қамтиды» [26]. Қазақстандық зерттеуші Э.Полетаевтың пікірінше, «Мәселен, ресейлік блогосферамен салыстырғанда біздің блогосфераның, ағылшын тілді блогосфераны айтпағанда белгілі бір қосалқы сипаты бар. Ешкім де онымен қала көлеміндегі билік санасатындай дәрежеге жеткен жоқ. Блогосфера сөз бостандығы деңгейіне, коммуникациялар мен жалпы әлеуметтік желілердің дамуына айтарлықтай түрде тәуелді. Тиісті жағдайлар жоқ жерде оның дамуын да күтпеуге болады» [26].

Блогосфераның маңызды бөлігі - тақырыптық қауымдастықтар болып табылады. Блогосфера қоғамдық пікірді қалыптастыруға қатысады. Бұл саладағы ақпарат жұртшылық үшін қолжетімді болады, сонымен бірге медиа мен тыңдаушылар арасындағы өзара іс-қимыл еркін жүзеге асырылып, іс жүзінде ештеңемен шектелмейді. Белгілі бір оқиғалардың жариялылығы жаңа деңгейге көтеріледі. Азаматтық журналистердің «шығармаларының» адамдардың санасына тигізер әсері өте зор болғанымен, отандық ғылыми ортада азаматтық журналистерді қоғамдық пікірді қалыптастыруға пайдалану туралы зерттеулер іс жүзінде жоқ.

Коммерциялық БАҚ тиімділігін арттыру және мемлекеттік ақпараттық тапсырысты тең бөлу, сондай-ақ мүмкіндіктер жасау үшін 2020 жылы 30 желтоқсанда «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне ақпарат мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Заң қабылданды. Ақпарат және әлеуметтік даму министрлігінің хабарлауынша, «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» заңға өзгерістер мен толықтырулар енгізілмек, атап айтқанда, бұған дейін мәртебесі болмаған «блогер», «әлеуметтік желілер» сияқты жаңа ұғымдар пайда болып, тұжырымдамалық аппарат жаңартылмақ [27].

Қазақстан өзінің ақпараттық саясатын іске асыру үшін бірқатар қадамдар жасады. Біріншіден, соңғы жылдары қазақстандық теледидар мен радионың технологиялық базасы жаңартылды. Онлайн медиаларды дамыту үшін, елдің әрбір қаласындағы, ауылындағы ғаламторға әмбебап қол жеткізу үшін жағдайлар жасалды, ұсынылатын қызметтердің сапасы арттырылды. Екіншіден, Қазақстанның медиа-жүйесін қалыптастырудағы «іс-қимыл жоспары» БАҚ-тың заманауи технологиялық инфрақұрылымын дамытуды жеделдетуге, кабельдік және спутниктік теледидарды белсенді пайдалануға, елдің дәстүрлі және жаңа БАҚ-тарын өндіру саласындағы елеулі өзгерістерге әкелді. Үшіншіден, медиа кеңістіктің субъектілері саяси үдерістің белсенді қатысушыларына айналып, саяси шындықты құру құралы ретінде әрекет етуде. Бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық санаға ықпал ете отырып, демократиялық құндылықтарды енгізеді, азаматтық қоғамды біріктіреді, саяси мәдениетті дамытады.

Дәл осы ақпарат қоғам мен мемлекеттің дамуы үшін негізгі ресурс болып табылатындықтан, ал ақпараттық процестер елдің жұмыс істеуінің барлық ішкі саяси және сыртқы саяси процестерінің маңызды бөлігін құрайтындықтан, мемлекеттік ақпараттық саясат ең алдымен ақпараттық салада ұлттық мүдделерді, сондай-ақ мемлекеттік билік пен қоғам арасындағы ақпараттық өзара іс-қимылды реттеу үшін мемлекет эзирлейтін басқарудың кешенді стратегиясы мен оларды іске асыру әдістерін көрсететін мақсаттар кешенінен тұрады. Қазіргі уақытта Қазақстанда мемлекеттік ақпараттық саясаттың бірыңғай тұжырымдамасы әлі қабылданған жоқ. Қазақстандық ақпараттық заңнама белсенді даму кезеңінде. Қазіргі уақытта Қазақстанда ақпарат саласындағы басшылықты Қазақстан Республикасы Ақпарат және мәдениет министрлігі жүзеге асырады, оның міндетіне мемлекет пен азаматтық қоғамның өзара іс-қимылын қамтамасыз ету, қоғамдық сананы жаңғырту және жастар мен отбасы саясатын мемлекеттік реттеу кіреді.

Біз Қазақстан Республикасы Ақпарат және мәдениет министрлігінің 1991-2023 жылдар аралығында қайта құрылуының хронологиясын талдадық. Бір қызығы, 1995 жылдан 1997 жылға дейін Баспасөз және ақпарат істері жөніндегі ұлттық агенттік, ал 2014 жылғы наурыздан 2015 жылғы мамырға дейін Қазақстан Республикасы Байланыс және ақпарат агенттігі жұмыс істеді, олар Үкімет құрамына кірмеді, бұл осы органдарды жеткілікті дәрежеде беделді емес екендіктерімен сипаттады. 1999 жылғы қаңтардан 2003 жылғы қыркүйекке дейін, 2004 жылғы қыркүйектен 2010 жылғы наурызға дейін, 2012 жылғы қаңтардан 2014 жылғы наурызға дейін ақпарат министрлігі мәдениет мәселелеріне де жетекшілік етті. Әрине, министрлікті қайта ұйымдастыру, әдетте, ағымдағы жағдайды ескере отырып жүргізілуі тиіс, алайда 3-кестенің талдауы аталған министрліктің 30 жыл ішінде 12 рет қайта ұйымдастырылғанын көрсетеді [28]. 2019 жылғы ақпанда Президенттің Жарлығы бойынша Қазақстан Республикасы Қоғамдық даму министрлігі мен Қорғаныс және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі қайта ұйымдастырылды. Атап айтқанда, біріншісі Қазақстан Республикасы Ақпарат және коммуникация министрлігінен ақпарат саласындағы

функциялар мен өкілеттіктерді бере отырып, Ақпарат және қоғамдық келісім министрлігі болып қайта құрылды; екіншісі Қазақстан Республикасы Ақпарат және коммуникация министрлігінен «электрондық үкімет», байланыс және ақпараттандыру саласындағы өкілеттіктерді бере отырып, Цифрлық даму, қорғаныс және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі болып қайта құрылды. 2023 жылғы 1 қыркүйекте Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі Мәдениет және ақпарат министрлігі болып қайта құрылды [29]. Біздің ойымызша, Жиі қайта құрулар және соған байланысты кадрлық өзгерістер қабылданатын шешімдердің салдары үшін жауапкершілік қағидатының бұзылуына және осы атқарушы органның тиімділігінің төмендеуіне алып келеді.

Ашық дереккөздерден біз 1991 жылдан бастап қазіргі уақытқа дейін қарастырып отырған министрліктің (1995 жылдан 1997 жылға дейін, 2014 жылдың наурызынан 2015 жылдың мамырына дейін - Агенттік) басшылығында мынадай базалық білімі бар министрлер болғанын анықтадық: «журналистика» мамандығы - 5 рет, «тарих» мамандығы - 3 рет, радиобайланыс, радиохабар және теледидар мамандығы - 1 рет, «полимерлерді бұйымдар мен бөлшектерге қайта өңдеу машиналары мен технологиясы» мамандығы - 1 рет, «инженер-экономист» мамандығы - 1 рет. Қазіргі Қазақстан Республикасының Мәдениет және ақпарат министрі А.Ф. Балаева базалық білім бойынша орыс тілі мен әдебиеті пәнінің мұғалімі болып табылады, 2007 жылы Қазақ ұлттық аграрлық университетін «кұқықтану» мамандығы бойынша бітірген. Осылайша, құрылған сәттен бастап қазіргі уақытқа дейін министрлер 19 рет өзгерген.

Қорытынды

Сонымен, біздің ойымызша, Қазақстандағы мемлекеттік ақпараттық саясаттың тиімділігін төмендететін кемшіліктерді атап өтейік. Біріншіден, Қазақстан Республикасы Ақпарат және мәдениет министрлігінің жиі қайта ұйымдастырылуы (30 жыл ішінде 12 рет) және осыған байланысты кадрларды ауыстыру қабылданатын шешімдердің салдары үшін жауапкершілік қағидатын бұзуға және осы атқарушы органның тиімділігін төмендетуге әкеп соғады. Екіншіден, мемлекеттік органдардың тиімді коммуникация, мемлекеттік органдар, азаматтық қоғам және бұқаралық ақпарат құралдары арасында кері байланыс құру жөніндегі жұмысында тиісті үйлестірудің және жүйеліліктің болмауы. Үшіншіден, ақпараттық алаңды тиісті дәрежеде қорғау қолға алынбаған және плюралистік бұқаралық ақпарат құралдары нашар дамуда.

Ақпараттық егемендікті қамтамасыз ету мақсатында біз келесілерді ұсынамыз:

- басқарудың жаңа ақпараттық технологияларын, баламалы әлеуметтік желілерді, мемлекеттік веб-платформаларды дамыту, Интернетті құқықтық реттеу мен бақылауды жүзеге асыру;

- ақпараттық жұмыстың негізгі бағыттарын және мемлекеттік ақпаратты беру нысанын анықтау мақсатында қазақстандықтардың негізгі

медиа-трендтері мен медиа-трендтерін зерттеуді өзектендіру, медианы тұтынудың ерекшеліктерін анықтау (таңдаулы медиа ресурстар, ақпарат беру тілі, пайдалану жиілігі және т.б.). Халықтың отандық медиа ресурстарға сенім деңгейін бағалау. Отандық медиа нарықтың дамуына кедергі келтіретін факторларды анықтау;

- ақпараттық кеңістік ішінде бәсекелестікті көтермелеу арқылы отандық цифрлық БАҚ-тың бәсекеге қабілеттілігін нығайтуға бағытталған қызметті дамыту және плюралистік бұқаралық ақпарат құралдарын дамыту үшін жағдай жасау; сыртқы факторлардың өзіндік ақпараттық өрісін қорғау үшін ұлттық медиа нарықтың инфрақұрылымын жетілдіру;

- интернет журналистикасын дамыту, барлық бағыттар бойынша ақпараттық саясатты күшейту, сапалы қазақ тілді контент құру, мемлекеттік емес бұқаралық ақпарат құралдарының өзін-өзі бақылауы мен өзін-өзі бағалауын күшейту;

- ақпараттық-коммуникативтік қауіпсіздікті қамтамасыз ету, сондай-ақ ақпараттық-коммуникативтік қауіпсіздік саласында кадрлар даярлау жөніндегі жаңа бағыттарды қалыптастыру жөніндегі жаңа тәсілдер мен тетіктерді әзірлеу және заңнамалық деңгейде бекіту.

Осылайша, сандық БАҚ қорының әлеуеті бірінші кезекте азаматтардың, содан кейін азаматтар мен мемлекеттік биліктің өзара іс-қимылы үшін алаңдар құруға, адами әлеуетті тартуға бағытталған технологияларды дамытуға мүмкіндік береді. Олар азаматтардың көбіне тиесілік сезімін сезінуге, болып жатқан әлеуметтік-саяси, экономикалық үдерістерге өзінің маңыздылығы мен әсерін сезінуге мүмкіндік береді.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Neuman R. The Future of the Mass Audience. - Cambridge, 1991. - 180p.
2. Тоффлер Э. Третья волна. - М.: АСТ, 1999. - 464 б.
3. Кастельс М. Власть коммуникации. - М.: ГУ ВШЭ, 2016. - 564 б.
4. Мирошниченко И.В. Сетевой ландшафт российской публичной политики. - Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. - 295 б.
5. Гапич А.Э., Лушников Д.А. Технологии «цветных революций». - РИОР, Москва, 2010. - 132 б.
6. Сила слабых связей или почему сосед по лестничной клетке иногда важнее лучшего друга // URL: <http://gblor.ru/blogs/sila-slabih-svyazey-ili-pochemu-sos/257055> (дата обращения: 15.04.2022)
7. Балувев Д. Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования. Образовательные технологии и общество. – 2013. - № 2. - ББ. 604–616.
8. Solis B. Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR. В. Solis, D. Breakenridge. – Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009. - 352 p.
9. Loseva N. The audience of new media. How new media have changed journalism. 2012–2016. Under the scientific. ed. S. Balmaeva and M. Lukina. – Ekaterinburg: University of the Humanities, 2016. – P. 31–85.
10. David A. The Concept of Security, British International Studies Association. - Review of International Studies. – 1997. – pp. 5-26. URL: <https://www.princeton.edu/~dbaldwin/selected%20articles/Baldwin%20%281997%29%20The%20Concept%20of%20Security.pdf>. (дата обращения: 19.10.2022).
11. Vajagic M., Kesetovic Z. Rethinking Security. - December 2014. URL: <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/Mesko/208034.pdf>13(дата обращения: 25.10.2022).

12. Поздняков А.И. Сравнительный анализ основных методологических подходов к построению теории национальной безопасности. – Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. - № 21(210) - С. 46–53.
13. Wolfers A. *Discord and Collaboration: Essays on International Politics*. - Baltimore: The Johns Hopkins University Press. XVII, 1962. - 283 p.
14. Тоффлер Э. *Метаморфозы власти*. - М.: АСТ, 2009. - 669 с.
15. Алияров Е.К. *СМИ и политика*. – Алматы: «Қазақ университеті» баспасы, 2011. – 212 с.
16. Тоффлер Э. *Фугурошок*. – СПб.: Лань, 1997. – 205 с.
17. Кара – Мурза С.Г. *Манипуляция сознанием*. – М.: Алгоритм, 2000. – 246 с.
18. Digital in Kazakhstan: All the Statistics You Need in 2021. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-kazakhstan>. (дата обращения: 17.09.2022)
19. Social Media Stats Kazakhstan URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/kazakhstan#monthly-202009-202108-bar>. (дата обращения: 17.09.2022)
20. Названа самая популярная сеть в Казахстане // URL: <https://tengrinews.kz/internet/nazvana-samaya-populyarnaya-sotsialnaya-set-vkazahstane-377526/> (дата обращения: 18.09.2022)
21. Официальный сайт Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан, 2021. // URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities> (дата обращения: 18.09.2022)
22. Нурбай Р. Развитие и достижения отечественных СМИ // URL: https://www.inform.kz/ru/razvitie-i-dostizheniya-otechestvennyh-smi_a3948648 (дата обращения: 20.09.2022)
23. Bakhtiyar A Nurumov, Michael Brown, Galiya Zh Ibrayeva, Karlyga N Myssayeva. *Online Audiences of Central Asia and Kazakhstan: Choice and Preferences in the Era of Multimedia News Content*. – Вестник Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. –№ 3. – 2021. – Б. 54–73.
24. Официальный сайт Reporters Without Borders // URL: <https://rsf.org/en/country/kazakhstan> (дата обращения: 21.09.2022)
25. Результаты исследования «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности, потребности и риски»/ сост. В. Абрамов – Алматы, 2009.
26. Политическое блоггерство в Казахстане: заказы или некомпетентность? – эксперты // URL: <https://365info.kz/2018/07/politicheskoe-bloggerstvo-zakazy-ili-nekompetentnost-eksperty> (дата обращения: 23.09.2022)
27. Дмитриук Л. Как развивается медиа отрасль в Казахстане? // URL: <https://strategy2050.kz/ru/news/kak-razvivaetsya-media-otrasl-v-kazakhstan/> (дата обращения: 23.09.2022)
28. Официальный сайт Министерства информации и культуры Республики Казахстан // URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities> (дата обращения: 25.04.2022).
29. В Казахстане созданы новые министерства // URL: <https://kapital.kz/gosudarstvo/118744/v-kazakhstan-sozdany-novyje-ministerstva.html> (дата обращения: 07.10.2023).

REFERENCES:

1. Neuman R. *The Future of the Mass Audience*. Cambridge, 1991. 180 p.
2. Toffler Je. *Tret'ja volna [The third wave]*. М.: AST, 1999. 464 p.
3. Kastel's M. *Vlast' kommunikacii [Power communication]*. М.: GU VShJe, 2016. 564 p.
4. Miroshnichenko I.V. *Setevoj landshaft rossijskoj publichnoj politiki [Network landscape of Russian public policy]*. Krasnodar: Prosveshhenie-Jug, 2013. 295 p.
5. Gapich A.Je., Lushnikov D.A. *Tehnologii «cvetnyh revoljucij» [Technologies of "color revolutions"]*. RIOR, Moskva, 2010. 132 p.
6. Sila slabyh svyazej ili pochemu sosod po lestnichnoj kletke inogda vazhnee luchshego druga [The strength of weak ties or why a neighbor on the stairs is sometimes more important than a best friend] // URL: <http://gblor.ru/blogs/sila-slabih-svyazey-ili-pochemu-sos/257055> (accessed: 15.04.2022)
7. Baluev D. G. *Politicheskaja rol' social'nyh media kak pole nauchnogo issledovanija. Obrazovatel'nye tehnologii i obshhestvo [The political role of social media as a field of scientific research. Educational technologies and society]*. 2013. № 2. P. 604–616.
8. Solis B. *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR*. B. Solis, D. Breakenridge. Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009. 352 p.
9. Loseva N. *The audience of new media. How new media have changed journalism. 2012–2016. Under the scientific. ed. S. Balmaeva and M. Lukina. Ekaterinburg: University of the Humanities, 2016. P. 31–85.*

10. David A. The Concept of Security, British International Studies Association. Review of International Studies. 1997. pp. 5-26. URL: <https://www.princeton.edu/~dbaldwin/selected%20articles/Baldwin%20%281997%29%20The%20Concept%20of%20Security.pdf>. (accessed: 19.10.2022).
11. Bajagic M., Kesetovic Z. Rethinking Security. December 2014. URL: <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/Mesko/208034.pdf13> (accessed: 25.10.2022).
12. Pozdnyakov A.I. Sravnitelnyi analiz osnovnykh metodologicheskikh podhodov k postroeniyu teorii natsionalnoi bezopasnosti [Comparative analysis of the main methodological approaches to building the theory of national security]. Natsionalnye interesy: priority i bezopasnost [National interests: priorities and security]. 2013. № 21(210). P. 46-53.
13. Wolfers A. Discord and Collaboration: Essays on International Politics. Baltimore: The Johns Hopkins University Press. XVII, 1962. 283 p.
14. Toffler E. Metamorfozy vlasti [Power of metamorphosis], M.: AST, 2009. 669 p.
15. Aliyarov E.K. SMİ i politika [Media and politics]. Almaty: «Qazaq universiteti» baspasy, 2011. 212 p.
16. Toffler E. Fuguroşok [, SPb.: Lan, 1997. 205 p.
17. Kara – Murza S.G. Manipulyatsiya soznaniem [Manipulation consciousness], M.: Algoritm, 2000. 246 p.
18. Digital in Kazakhstan: All the Statistics You Need in 2021. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-kazakhstan>. (accessed: 17.09.2022)
19. Social Media Stats Kazakhstan URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/kazakhstan#monthly-202009-202108-bar>. (accessed: 17.09.2022)
20. Nazvana samaja populjarnaja set' v Kazahstane [Named the most popular network in Kazakhstan]. URL: <https://tengrinews.kz/internet/nazvana-samaya-populyarnaya-sotsialnaya-set-vkazahstane-377526/> (accessed: 18.09.2022)
21. Oficial'nyj Ministerstva informacii i obshhestvennogo razvitiya Respubliki Kazahstan, 2021 [Website of the Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities> (accessed: 18.09.2022)
22. Nurbaj R. Razvitie i dostizheniya otechestvennykh SMI [Development and achievements of domestic mass media]. URL: https://www.inform.kz/ru/razvitie-i-dostizheniya-otechestvennykh-smi_a3948648 (accessed: 20.09.2022)
23. Bakhtiyar A Nurumov, Michael Brown, Galiya Zh Ibrayeva, Karlyga N Myssayeva. Online Audiences of Central Asia and Kazakhstan: Choice and Preferences in the Era of Multimedia News Content. Vestnik Mosk. un-ta. Ser. 10, Zhurnalistika. № 3. 2021. P. 54–73.
24. Oficial'nyj sajt Reporters Without Borders [Website Reporters Without Borders]. URL: <https://rsf.org/en/country/kazakhstan> (data obrashheniya: 21.09.2022)
25. Rezul'taty issledovaniya «Mass-media Kazahstana: kljuchevye igroki, vozmozhnosti, potrebnosti i riski» [Results of the study "Mass media of Kazakhstan: key players, opportunities, needs and risks"] / sost. V. Abramov, Almaty, 2009.
26. Politicheskoe blogerstvo v Kazahstane: zakazy ili nekompetentnost'? jeksperty [Political blogging in Kazakhstan: demand or incompetence? – expert]. URL: <https://365info.kz/2018/07/politicheskoe-blogerstvo-zakazy-ili-nekompetentnost-eksperty> (accessed: 23.09.2022)
27. Dmitriuk L. Kak razvivaetsja media otrasl' v Kazahstane? [How is the media industry developing in Kazakhstan?] URL: <https://strategy2050.kz/ru/news/kak-razvivaetsya-media-otrasl-v-kazahstane/> (accessed: 23.09.2022).
28. Ofitsialnyj sait Ministerstva informatsii i kultury Respubliki Kazahstan [Website of the Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities> (data obrashcheniya: 25.04.2022).
29. V Kazahstane sozdany novye ministerstva [New ministries created in Kazakhstan]. URL: <https://kapital.kz/gosudarstvo/118744/v-kazahstane-sozdany-novyie-ministerstva.html> (accessed: 07.10.2023).