

**БАҚ-ЫНЫҢ ҚОҒАМҒА ӘСЕР
ЕТЕТІН КОММУНИКАЦИЯ МОДЕЛЬДЕРІ**

ӘБИДИН Ә.Н.

Ш. Есенов атындағы Каспий технологиялар
және инжиниринг университеті
Ақтау, Қазақстан
E-mail: abubakir.abidin@yu.edu.kz

Аңдатпа. Бұл мақалада коммуникатордың аудиториямен қарым-қатынасының мақсаты мен тәсілдерін ғылыми деңгейде оңтайландыратын коммуникацияның модельдеріне шолу жасалады. Бұл ретте мен мүмкіндігінше модельдердің коммуникациялық тәжірибеде қалай пайдаланылатынын (немесе пайдаланылғандығын), қоғамдық пікір мен әдеттегі санада қалай сыналатынын ескеретін боламын. Сондай-ақ, қазіргі заманғы әлеуметтік-мәдени кеңістік үшін өзекті, әлеуметтік және саяси контексті ескере отырып, нақты коммуникативтік тәжірибедегі коммуникация модельдерін көрсету ерекшеліктері байқалады. Зерттеу тақырыбын ашатын ғылыми әдебиеттерді зерттеу бірнеше жұмыс топтарын бөлуге мүмкіндік береді. Жұмыстар әртүрлі тәсілдер арқылы талданатын байланыс модельдерін зерттеуге арналған: Г.Д. Лассуэлл (сызықтық модель). Мұнда автор көптеген коммуникациялық үрдістер арқылы ұсынылған коммуникацияның «желілік» моделін анықтайды; Джон Б. Уотсон мен Ч. Осгудттың бихевиоризм және необихевиоризм концепциялары кеңінен танымал, онда әртүрлі сөйлеу сигналдарының адам реакциясына әсер ету ерекшеліктері зерттелді; Э. Ноэль-Нойман тұжырымдамасы, ол «тыныштық спиралі/үнсіздік» деп түсіндіріледі; Т. Ньюкомбтың интеракционистік моделі арқылы әлеуметтік-психологиялық алғышарттар арасындағы қарым-қатынас субъектілері ретінде жеке және әлеуметтік қарым-қатынас нәтижесінде жүзеге асады деп тұжырымдауға болады; Диалогтық модель (Т. М. Дридзе). Автор мұнда «субъектілердің қарым-қатынасы бойынша серіктестердің коммуникативтік ниеттерін адекватты түсіндіруге қабілетіне және ұмтылысына негізделген мағыналы байланыс» ретінде диалог туралы кең түсінік ұсынады; Дж. Овертонның «Овертон терезесі» деп аталатын коммуникация моделінде коммуникатор үшін қажетті жаңа мәндерді жасайтын ұзақ уақыт бойы аралық мағыналар мен мағыналарды құру және тарату арқылы қоғамдық пікірді айла-шарғы жасауға мүмкіндік бар. Жаһандық үдерістердің ауырлығы мен өзгерістер орталығы бүгінгі күні жаһандық әлеуметтік-мәдени кеңістікте дамитын коммуникациялық процестермен әрқашан байланысты. Коммуникатордың аудиториямен өзара іс-қимылының қандай да бір тәсілін ғылыми деңгейде заңдастыратын коммуникация модельдері осы процестердің индикаторлары мен катализаторлары болып табылады. Сондықтан, қазіргі заманғы әлеуметтік ғылым үшін коммуникацияның қандай да бір моделін коммуникативтік тәжірибеде таратуға бастамашылық жасайтын немесе бастамашылық жасай алатын нақты салдарларын бағалау маңызды.

Түйінді сөздер: коммуникация моделі; коммуникатор; аудитория; адам; мағынасы; әсер ету; манипуляциялық технологиялар; диалог; халық; топ; ақпарат; коммуникативтік; қарым-қатынас; шеңбер; хабарлама; жаһандық үдеріс.

Кіріспе

Біздің әрқайсымыз міндетті түрде коммуникациялық өзара іс-қимылдың субъектісі немесе объектісі болып табыламыз, қарапайым жеке-жеке тұлғалардан бастап және күрделі әлеуметтік бағдарланған және әлеуметтік негізделген қарым-қатынастарға дейін аяқтайды. Соңғы белсенді тарап ретінде коммуникатор қандай да бір жағдайда қалыпты кейіпте, ал

пассивті жағы, яғни адамдардың кең массасын қабылдайтын болады: аудитория, халық, электорат, топ, қоғамдастық, ұжым және т. б. Коммуникаторды қарым-қатынас жасауға итермелейтін ең ежелгі және кең танымал мотивтер мен мақсаттар-шығармашылық, ақылды немесе жай ғана білгенін адамдарға хабарлауға, тарихи жадқа қалдыруға, үйретуге, адамгершілікке ықпал етуге, ағартуға және сол арқылы адамдардың жан-жақты дамуына және жалпы гуманитарлық процестерге ықпал етуге ұмтылысы.

Тақырыптың ғылыми даму дәрежесі: «Ақпараттық өнімді» құру және тарату үшін жаңа техникалық мүмкіндіктердің пайда болуымен, сонымен қатар осы процестерге жеке қатысу нұсқаларының (қазір әркім ниет білдірсе коммуникатор бола алады), аудиторияға қарудың мотивациялық-мақсатты (интенциялық) ынталандырулары күрт кеңейген. Осылайша, белгілі болғандай, жалпы гуманитарлық жоспардың құндылықтары әрдайым басымдықта емес.

Әлеуметтік маңызы бар коммуникативтік қарым-қатынас үшін қандай ғылыми ұсыныстар бар? Авторлардың пікірінше, коммуникатор мен аудитория арасындағы өзара қарым-қатынастардың мақсаттары мен тәсілдерін оңтайлы ұсынатын қазіргі заманғы әлеуметтік-мәдени үдерістер үшін неғұрлым өзекті коммуникация үлгілерін қарастырайық. Бұл ретте біз мүмкіндігінше бұл модельдердің коммуникациялық тәжірибеде қалай пайдаланылатынын (немесе пайдаланылғандығын), қоғамдық пікір мен әдеттегі санада қалай сыналанынын ескеретін боламыз. Латентті өзара қосылыстар мен қозғалыстар осындай күрделі және бір мәнді емес кешен әлеуметтік-мәдени кеңістіктің сапалық сипаттамаларына әсер етеді, оған қатысты әр адам саналы түрде өзінің коммуникативтік мінез-құлқын қалыптастыратын, өз қалауы мен таңдауын анықтайды (сенім білдіру немесе сенімсіздік? сену немесе сенбеу?).

Материалдар мен зерттеу мен әдістері

Осы зерттеу жұмысы аясында «БАҚ-ының қоғамға әсер ететін коммуникация модельдері» тақырыбында екінші реттік теориялық зерттеу жүргізілді. Бұл зерттеудің бірқатар артықшылықтары бар және коммуникатор мен аудитория арасындағы байланысты орнатуда белгілі бір дәрежеде әсер ететіні мәлім.

Сызықтық модель (линейная модель) (Г.Д. Лассуэлл). Көптеген коммуникациялық үрдістер көптеген онжылдықтар бойы 1948 жылы американдық социолог Г.Д. Лассуэлл ұсынған коммуникацияның «желілік» моделін анықтайды. Коммуникацияның негізгі міндеті-автор қоғамдағы тепе-теңдікті қолдау – «сарапшының, көшбасшының және азаматтың тең бағаланған ағартуы», ал декларацияланатын әлеуметтік нәтиже жалпы бейбітшілікке қатысты мәселелер бойынша «түсіністік пен келісім» деп атады[8].

Г.Д. Лассуэлл «түсіну мен келісімге» жету үшін қандай әдіс ұсынды? Зерттеушінің назары, егер оның терминологиясын пайдаланса, қоғамдық сананың ішінде идеялардың қозғалысы процесіне, ал қалаулы әсер ретінде ақпаратты бұрмалаусыз жеткізу туралы мәлімделді. Зерттеуші алғаш рет ақпаратты жылжыту процесі кезеңдердің «сызығынан» немесе бір жалпы құрылым шеңберіндегі циклдерден тұрады деген ой ұсынды: «кім хабарлайды — не — қандай арна бойынша — кімге — қандай әсермен?»[8]. Әрбір кезеңдерде ақпараттың бұрмалануы мүмкін болғандықтан коммуникатордың міндеттері шеңберіне және тиісінше коммуникация туралы ғылым ақпараттың өту процесін қадағалау және қажетсіз «тар жерлерді» болдырмау кіреді.

Зерттеу нәтижелері

Модельдің негізгі артықшылығы ретінде, оның гуманистік бағыты болды. Алайда, оны қолдану коммуникациялық процестерді сол насихаттан сақтамайды, өйткені автор пайдаланған тұжырымдамалардың аз ғана таралуына және демек, мәлімделген декларацияларды іске асыру тәсілдерінің белгісіздігіне байланысты. Бір жағынан, талдаудың мәні «идеялар қозғалысы», алайда, екінші жағынан, — бұл процесс ақпаратты өткізу процесі арқылы қадағалау және түзету ұсынылды, бұл әрине, қазіргі заманғы коммуникация туралы ғылым тұрғысынан бір ғана емес: бір ақпарат (оқиға, факт және т. б.

туралы хабарлама). — біз мұны қазіргі заманғы ақпараттық соғыстарда үнемі байқаймыз — мүлдем қарама-қарсы контекстер мен мағыналарға қосылуы мүмкін.

Істің мәні бойынша, сөз бытыраңқы жүйесіз ақпарат туралы емес, жаңалықтар және басқа да материалдар блоктары туралы, белгілі бір мотивациялық-мақсатты доминантқа ие және қандай да бір материалдық (коммуникативтік) тасымалдаушы арқылы іске асырылған мағыналық конструкторлар туралы болды.

1955 ж. электоралды мінез-құлықты зерттеу негізінде американдық социолог П. Лазарсфельд «аудиторияға беделді тұлға» - «пікір көшбасшысының» ұсынымдарын міндетті аралық сатыны алушыға ақпаратты жылжыту кезінде құру қажеттілігін негіздеген екі сатылы ақпарат ағынының теориясын құрды [1]. Мұндай қадам, автордың бақылаулары бойынша, Коммуникатор үшін қажетті шешім қабылдауға немесе қалаған реакция көрсетуге электораттың белгісіз, тербелмелі бөлігін ынталандырады.

Бихевиоризм және необихевиоризм концепциялары кеңінен танымал (Джон Б. Уотсон, Ч. Осгуд және т.б.), онда әртүрлі сөйлеу сигналдарының адам реакциясына әсер ету ерекшеліктері зерттелді: сөздер, фразалар, белгілі бір құрылымдағы хабарламалар («стимул – реакция» принципі бойынша немесе бірнеше кейінірек, «стимул – аралық кезең – реакция») [2]. Мұндай заңдылықтар Коммуникатор үшін респонденттің қажетті реакцияларын автоматтандыруға әкелетін қарым-қатынас формалары мен тәсілдерінен (мысалы, «сәтті» ынталандыруды бірнеше рет қолдану арқылы) іздеді.

Э. Ноэль-Нойман тұжырымдамасы, ол «тыныштық спиралі/үнсіздік» (60-шы жылдар) деп аталды; мұнда ықпал ету мүмкіндіктері ашылады [3]. БАҚ материалдарында қоғамда үстемдік ретінде ұсынылған пікірлер, оппозициядағы үнсіз азшылықтың реакциялары мен әрекеттері. Осы тұжырымдамада қалаған әсерге қол жеткізу үшін ерте заманнан бастап бекітілген психологиялық механизм ұсынылады: адам үшін басқа да пікірлерді тасушы және жағымсыз тасымалдаушы болып қалу ыңғайсыз. Тұжырымдама авторының айтуынша, бұл механизм сайлау алдындағы жағдайда аса тиімді.

Интеракционистік модель (Т. Ньюкомб). Берілген нәтижеге қол жеткізуге бағытталған тұжырымдамаларға қарама-қарсы 1953 жылы сондай-ақ кең танымал интеракционистік модель пайда болды, онда аудитория объект ретінде емес, коммуникацияның тең құқылы қатысушысы ретінде қаралды. Американдық әлеуметтанушы Т. Ньюкомб бұл тәсілді зерттей отырып, мынадай қорытындыға келді: әлеуметтік-психологиялық алғышарттар арасындағы қарым-қатынас субъектілері ретінде жеке және әлеуметтік қарым-қатынас нәтижесінде жүзеге асады [4]. Респондент пен коммуникатор өзара күтулер мен қондырғылармен, қарым-қатынас пәніне ортақ қызығушылықпен және коммуникацияның нәтижесімен байланысты, автор айтқандай, жакындау немесе керісінше, олардың көзқарастарын алшақтату болып табылады. Сондықтан аудиторияны тарту және ұстау үшін «симметрия» деп аталатын «келісім нүктесін» табу қажет.

Ньюкомбтің моделі шеңберінде коммуникативтік өзара әрекеттесудің басты міндеті-аудиторияның әртүрлі сегменттерімен әріптестік қарым-қатынас орнату, олардың назарын ұстап қалу, бұл коммуникация арнасын немесе БАҚ-ты тартымды етеді, бәсекеге қабілеттілікті арттырады. Алайда, осы модельдің шеңберінде мұқият көзқараспен аудиторияға жасырын түрде мотивация орнатуды анықтауға болады: «симметриялық» позицияны іздеу процесінде, ал іс жүзінде-жаңа мағынада әсер ету мен әсердің кейбір тәсілдерін қолдануға тыйым салынбаған. Қалай болғанда да, мұндай ұмтылысты анықтау және оған қарсы тұру үшін ешқандай механизмдер ұсынылмаған.

Диалогтық коммуникация талаптары өткен ғасырдың 60-шы жылдарында әлеуметтік, саяси және ғылыми дискурстарда пайда болды. Мұндай сауалға жауап ретінде коммуникацияны кері байланысты үздіксіз процесс ретінде қараған У. Шрамм коммуникациясының циклдық моделі болды. Модель авторының бақылаулары бойынша, коммуникацияға қатысушылар кезең-кезеңімен рөлдермен өзгереді, өйткені адам ақпаратты қабылдап қана қоймай, оны түсіндіреді және қандай да бір тәсілмен таратады.

Бұл ретте пайда болған кері байланыс коммуниканттарды өз мақсаттары мен іс-әрекеттерін түзетуге және осылайша үнқатысуға итермелейді. Тиімді коммуникация қабылдау және интерпретациялау кезінде пайда болатын жағымсыз «семантикалық шулар» азайту қажет. Өкінішке орай, «семантикалық шуды» өлшеу және азайту тетігі, сондай-ақ «кері байланыс» сапасын арттыру осы тұжырымдамада ұсынылмаған.

Диалогтық модель (Т.М. Дридзе). Әлеуметтік коммуникацияның семиосоциопсихологиялық концепциясы шеңберінде өткен ғасырдың 60-шы жылдардың аяғында-70-ші жылдардың басында әзірленген модель «субъектілердің қарым-қатынасы бойынша серіктестердің коммуникативтік ниеттерін адекватты түсіндіруге қабілетіне және ұмтылысына негізделген мағыналы байланыс» ретінде диалог туралы кең түсінік ұсынады [5].

Диалог мұнда, бірінші кезекте, ортақ тараптар арасындағы өзара түсіністікпен, ал қарым – қатынас тиімділігі-ізделіп отырған өзара түсіністікке қол жеткізу дәрежесімен, сонымен бірге басқа тұжырымдамаларға қарағанда, өзара түсіністіктің сапасын бағалау тетігі ұсынылды. Басқа модельдерге қарама-қарсы, бұл модель бір бағыттағы әсердің кез келген нысандарын жоққа шығарады, өйткені өзара түсіністікке бағдарды декларациялап қана қоймай, бір жағынан, коммуникативтік актіде оның мағыналық доминанттарын дәлелді түрде анықтауға, екінші жағынан, респонденттің оларды түсінуінің ерекшеліктерін (сапасын) қадағалауға мүмкіндік беретін зерттеу тетігін қамтиды. Бұл қарым-қатынас процестерін интенциялық немесе мотивациялық-мақсатты талдаудың ерекше әдісі.

Мәтіннің орталық жағдайы, біріншіден, оның дереккөз бен аудитория арасындағы коммуникация схемасында механикалық орналасуымен, екіншіден, оның насихаттау рөліне негізделген: мәтін оқырмандардың сенімін өзгертіп, оларды талқылау мәніне жаңаша қарауға, басқаша әрекет етуге мәжбүрлеуі мүмкін. Яғни, мәтін реципиенттің санасына коммуникативтік әсер ете отырып, коммуникацияны басқару арқылы реципиенттің санасын басқаруға қабілетті. Коммуникативтік әсер деп ақпарат көзі үшін қажетті бағыттағы адресаттың біліміне, қарым-қатынасына және ниеттеріне әсер ету түсініледі.

Сондықтан, егер коммуникация жүйесін «орталық – периферия» ретінде елестетсек, жұмыстың осы бөлігінде мәтін орталық бөлік, ал коммуникацияның басқа да маңызды құрамдас бөліктері – коммуникатор және аудитория, периферия ретінде қаралатын болады.

Жан-жақты БАҚ-тарға берілетін аудиториясыз белгілі бір мағыналық хабарламаның байланысы бола алмайды. Ол ерекше түрде кодталған, коммуникацияның негізгі құрамдас бөлігі болып табылады, ал оның толық және іздестірілмеген, яғни жіберушінің тиісті міндеттеріне сәйкес, аудиторияға жеткізу коммуникацияның негізгі міндеті болып табылады. Бұл бұқаралық коммуникация құралдарының қоғамға әсер ету мақсатына негізделген: оның мінез-құлқын, қарым-қатынасын және дүниетанымын өзгерту. Коммуникация контексінде сандық медианың идеологиялық функциясын осы хабардың орындалуы, адамдардың үлкен топтарының жан-жақты әлеуметтік бағдарын жүзеге асыру мақсатын іске асыру туралы айтуға болады. Бұл дегеніміз, дискурс элементтері бар хабарлама көп жағдайда белгілі бір мақсатқа жетуге бағытталған – субъект бейнесін жаппай санаға енгізу. БАҚ хабарламаларының мұндай әсері оған зерттеушілердің теориялық және қолданбалы тұрғыдан қызығушылығын тудырады.

Осыған байланысты «Овертон терезесі» деп аталатын теорияны американдық заңгер және қоғам қайраткері Дж. Овертон қоғамдық мораль жағдайына қатысты пікірдің рұқсат етілген спектрінің шеңберін белгіледі. Өйткені, оның пікірінше, дәстүрлі стереотиптерді, құндылықты бағдарларды, мінез-құлық моделін бұзатын және коммуникатор үшін қажетті жаңа мәндерді жасайтын ұзақ уақыт бойы аралық мағыналар мен мағыналарды құру және тарату арқылы қоғамдық пікірді айла-шарғы жасауға мүмкіндік бар.

Қорытынды

Мұндай болжамдар бүгінгі күні шындыққа айналды: жаһандық әлеуметтік-мәдени кеңістікте жаңа коммуникативтік технологияларды пайдалану арқылы («жұмсақ күш»),

«басқарылатын хаос және т.б.» туралы айтады) құндылықтық бағдарларды, адамгершілік, руханилықты, тұтас халықтардың, елдер мен мәдениеттің дәстүрлерін сапалы өзгертуге талпыныстар жасалуда.

Жаһандық үдерістердің ауырлығы мен өзгерістер орталығы бүгінгі күні жаһандық әлеуметтік-мәдени кеңістікте дамитын коммуникациялық процестермен әрқашан байланысты. Коммуникатордың аудиториямен өзара іс-қимылының қандай да бір тәсілін ғылыми деңгейде заңдастыратын коммуникация модельдері осы процестердің индикаторлары мен катализаторлары болып табылады. Сондықтан, қазіргі заманғы әлеуметтік ғылым үшін коммуникацияның қандай да бір моделін коммуникативтік тәжірибеде таратуға бастамашылық жасайтын немесе бастамашылық жасай алатын нақты салдарларын бағалау маңызды. Бірақ кез келген жағдайда адамға әсер етудің коммуникативтік тәсілдерін ғылыми білу саяси, экономикалық және басқа да мүдделерді іске асыру тәжірибесіне көшпеуін қадағалау қажет.

Жаңалықтарды құрастырушы мен БАҚ аудиториясының арасында жоғарыда айтылған модельдердің алатын орны ерекше екенін көреміз. Сондай-ақ, әлеуметтік-мәдени ортада өз дәрежесінде бағдарлануға, коммуникатормен қолданылған әдістер мен тәсілдердің механизмдерін түсінуге ұмтылу да маңызды емес. Тек осындай жағдайда ғана жеке деңгейде манипуляциялық технологияларға қарсы тұруға және БАҚ арқылы алынған ақпараттарды түсінуді, демек, дана адамдардың өркениетін сақтау және нығайту үшін бірлесіп әрекет етуге болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

[1]. Ионова О.Е. Конструирование социальной реальности в теории координированного управления смыслообразованием // Вестник МГИМО-Университета. 2010. №4. С. 130-136.

[2]. Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / Под общ. ред. Б.А.Грушина, Л.А.Оникова. М.: Политиздат, 1980

[3]. Темницкий А.Л. Возможности повышения уровня адекватности понимания в современных коммуникациях студентов // Коммуникология. 2016. Т. 4. №6. С. 223–240.

[4]. Чудновская И.Н. Коммуникативное образование в обществе знания: проблема обучения пониманию // Коммуникация как дисциплина и область знания в современном мире: диалог подходов. Сб. статей и выступлений участников международной научной конференции. М.: НИУ ВШЭ. 2015. С. 168–176.

[5]. Дридзе Т.М. Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Кн. 1. М.: ИС РАН, 2000. С. 5–42.

[6]. Дридзе Т.М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии // Общественные науки и современность. 1996. №3. С. 145-152.

[7]. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.

[8]. Lasswell H. The Structure and the Function of Communication in Society // The Process and Effects of Mass Communication. Chicago, 1971, P. 84–99.

REFERENCES

- [1]. Ionova O.E. Konstruirovaniye social'noj real'nosti v teorii koordinirovannogo upravleniya smysloobrazovaniem \ Vestnik MGIMO-Universiteta. 2010. №4. S. 130-136. [in Russian]
- [2]. Massovaya informaciya v sovetskom promyshlennom gorode: Opyt kompleksnogo sociologicheskogo issledovaniya / Pod obshch. red. B. A. Grushina, L. A. Onikova. M.: Politizdat, 1980 [in Russian]
- [3]. Temnickij A.L. Vozmozhnosti povysheniya urovnya adekvatnosti ponimaniya v sovremennykh kommunikaciyah studentov // Kommunikologiya. 2016. T. 4. №6. S. 223–240. [in Russian]
- [4]. CHudnovskaya I.N. Kommunikativnoe obrazovanie v obshchestve znaniya: problema obucheniya ponimaniyu // Kommunikaciya kak disciplina i oblast' znaniya v sovremennom mire: dialog podhodov. Sb. statej i vystuplenij uchastnikov mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. M.: NIU VSHE. 2015. S. 168–176. [in Russian]
- [5]. Dridze T.M. Dve novye paradigmy dlya social'nogo poznaniya i social'noj praktiki // Social'naya kommunikaciya i social'noe upravlenie v ekoantropocentricheskoj i semiosociopsihologicheskoj paradigmat. Kn. 1. M.: IS RAN, 2000. S. 5–42. [in Russian]
- [6]. Dridze T.M. Social'naya kommunikaciya kak tekstovaya deyatel'nost' v semiosociopsihologii // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. 1996. №3. S. 145-152. [in Russian]
- [7]. Dridze T.M. Tekstovaya deyatel'nost' v strukture social'noj kommunikacii. M.: Nauka, 1984. [in Russian]
- [8]. Lasswell H. The Structure and the Function of Communication in Society // The Process and Effects of Mass Communication. Chicago, 1971, P. 84–99.

Әбидин Әбубәкір Надирхожаұлы

*Каспийский университет технологии и инжиниринга им. Ш. Есенова,
г. Актау, Казахстан*

КОММУНИКАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ СМИ ВЛИЯЮЩИЕ НА ОБЩЕСТВО

Аннотация. В данной статье дается обзор моделей коммуникации, оптимизирующих на научном уровне цель и способы коммуникации коммуникатора с аудиторией. При этом я по возможности буду учитывать, как модели используются (или используются) в коммуникативной практике, как они тестируются в общественном мнении и обычном сознании. Также прослеживаются особенности отражения моделей коммуникации в реальной коммуникативной практике с учетом актуального для современного социокультурного пространства, социального и политического контекста. Изучение научной литературы, раскрывающей тему исследования, позволяет выделить несколько рабочих групп. Работы посвящены исследованию моделей связи, которые анализируются с помощью различных подходов: Г. Д. Лассуэлл (линейная модель). Здесь автор определяет «сетевую» модель коммуникации, представленную многими коммуникационными тенденциями; широко известны концепции бихевиоризма и необихевиоризма Джона Б. Уотсона и ч. Осгудта, в которых изучались особенности влияния различных речевых сигналов на реакцию человека; концепция Э. Ноэля-Ноймана, трактуемая как «спираль спокойствия/молчания»; т. С помощью интеракционистской модели Ньюкомба можно сделать вывод, что отношения между социально-психологическими предпосылками реализуются в результате личностного и социального общения как субъектов; диалогическая модель (Т. М. Дридзе). Автор предлагает здесь широкое понимание диалога как осмысленной связи, основанной на умении и стремлении адекватно интерпретировать коммуникативные намерения партнеров по общению субъектов»; Дж. Модель коммуникации Овертона под названием «Окно Овертона» имеет возможность манипулировать общественным мнением путем создания и распространения промежуточных значений и значений в течение длительного времени, создавая новые значения, необходимые для коммуникатора. Центр тяжести и изменений глобальных процессов всегда связан с коммуникационными процессами, которые сегодня развиваются в глобальном социокультурном пространстве. Индикаторами и катализаторами этих

процессов являются модели коммуникации, которые на научном уровне узаконивают тот или иной способ взаимодействия коммуникатора с аудиторией. Поэтому для современной общественной науки важно оценить конкретные последствия, которые могут инициировать или инициировать распространение той или иной модели коммуникации в коммуникативной практике.

Ключевые слова: модель коммуникации; коммуникатор; аудитория; человек; смысл; воздействие; манипулятивные технологии; диалог; население; группа; информация; коммуникативность; общение; круг; сообщение; глобальный процесс.

Abidin Abubakir Nadirkhozhaevich

Sh.Yessenov Caspian state university of technology and engineering, Aktau, Kazakhstan

MEDIA COMMUNICATION MODELS INFLUENCING SOCIETY

Abstract. This article provides an overview of communication models that optimize at the scientific level the purpose and methods of communication of the communicator with the audience. At the same time, if possible, I will take into account how models are used (or are used) in communicative practice, how they are tested in public opinion and ordinary consciousness. The features of reflection of communication models in real communicative practice are also traced, taking into account the current socio-cultural space, social and political context. The study of scientific literature revealing the research topic allows us to identify several working groups. The works are devoted to the study of communication models, which are analyzed using various approaches: G. D. Lasswell (linear model). Here the author defines a "network" model of communication, represented by many communication trends; the concepts of behaviorism and neo-behaviorism of John B. Watson and C. Osgudt are widely known, in which the peculiarities of the influence of various speech signals on human reaction were studied; the concept of E. Noel-Neuman, interpreted as a "spiral of calm/silence"; T. With the help of Newcomb's interactionist model, it can be concluded that the relations between socio-psychological prerequisites are realized as a result of personal and social communication as subjects; dialogical model (T. M. Dridze). The author offers here a broad understanding of dialogue as "a meaningful connection based on the ability and desire to adequately interpret the communicative intentions of the communication partners of the subjects"; J. The Overton communication model called the "Overton Window" has the ability to manipulate public opinion by creating and distributing intermediate values and values over a long time, creating new values necessary for the communicator. The center of gravity and changes of global processes is always connected with the communication processes that are developing today in the global socio-cultural space. Indicators and catalysts of these processes are communication models, which at the scientific level legitimize one or another way of interaction of the communicator with the audience. Therefore, it is important for modern social science to assess the specific consequences that can initiate or initiate the spread of a particular model of communication in communicative practice.

Keywords: communication model; communicator; audience; person; meaning; impact; manipulative technologies; dialogue; population; group; information; communicativeness; communication; circle; message; global process.