

Г.С. Сұлтанбаева

САЯСИ
КОММУНИКАЦИЯНЫҢ
НЕГІЗДЕРІ МЕН ТӘЖІРИБЕСІ



ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

Г. С. Сұлтанбаева

САЯСИ
КОММУНИКАЦИЯНЫҢ
НЕГІЗДЕРІ МЕН ТӘЖІРИБЕСІ

Оқу құралы

Алматы
«Қазақ университеті»
2006

МАЗМҰНЫ

Кіріспе.....	3
I тарау Саяси коммуникацияның қоғамдық сананы қалыптастырудағы рөлі.....	6
II тарау Саяси коммуникацияның модельдері мен формалары (Қазақстандық БАҚ мысалында).....	38
Қорытынды.....	67
Әдебиеттер.....	68
Тест сұрақтары.....	70
Тест сұрақтарының жауаптары.....	149
Қосымша.....	152
Мазмұны.....	160

Оқу басылымы

Сұлтанбаева Гүлмира Серікбайқызы

САЯСИ КОММУНИКАЦИЯНЫҢ НЕГІЗДЕРІ МЕН ТӘЖІРИБЕСІ

Оқу құралы

Шығарушы редакторы Г.А.Абдрахова

ИБ № 3559

Басылуға 29.08.2006 жылы қол қойылды. Пішімі 60x84 1/16.
Көлемі 10,125 б.т. Офсетті қағаз. RISO басылыс. Тапсырыс № 199.
Таралымы 120 дана. Бағасы келісімді. Өл-Фараби атындағы
Қазақ ұлттық университетінің «Қазақ университеті» баспасы.
050038, Алматы қаласы, Өл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспаханасында басылды.

ББК 76.01
С 89

*Баспаға әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті жанындағы
ҚР Білім және ғылым министрлігінің жоғары және жоғары оқу орнынан
соң білім беру республикалық оқу-әдістемелік кеңесі Гуманитарлық
және жаратылыстану ғылымдары секциясының
2006 ж. 19 мамырдағы мәжілісінің
қаулысы негізінде ұсынылды*

Пікір жазғандар:

тарих ғылымдарының докторы, профессор *Л.С.Ахметова*;
саясат ғылымдарының кандидаты, доцент *С.Қошкімбаев*;
саясат ғылымдарының кандидаты *М.А.Әбішева*

С 89 Сұлтанбаева Г.С.
Саяси коммуникацияның негіздері мен тәжірибесі: Оқу
құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2006. -162 б.
ISBN 9965-30-094-1

Бүгінде саяси оқиғалардың, жаңалықтардың, реформалардың
коммуникациямен, соның ішінде ақпараттық-публицистикалық
коммуникациямен байланысы ерекше маңызға ие болып отыр.

Оқу құралында саяси коммуникацияның мәні мен мазмұны, саяси
коммуникациядағы семиотика, символика және мифология модельдері
мен оның электрондық және басылымдық коммуникация құралдары
арқылы тарау тәсілдері сипатталады.

Оқу құралы республика университеттерінің журналистика факуль-
тетінің студенттеріне, журналистерге, сонымен қатар саясаттанушы-
ларға және саяси коммуникацияның теориялық, тәжірибелік негіздерін
зерттеушілерге арналады.

С $\frac{4502020000-188}{460(05)-06}$ Хаб.

ББК 76. 01

ISBN 9965-30-094-1

© Сұлтанбаева Г.С., 2006
© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2006

КІРІСПЕ

Саясат – қоғамдық сананың маңызды формасы. Сондықтан
да саясат ғылыми-техникалық, көркем, діни, сот-құқықтық,
ақпараттық-публицистикалық коммуникациямен байланыса
отырып, оны түрлендіреді. Әрине ХХ ғасыр, әсіресе оның
екінші жартысында саяси коммуникация өзге де коммуникация
түрлерімен, мәселен, діни-танымдық, құқықтық, көркем
коммуникация түрлерімен қатар дамыды. Дегенмен саяси
коммуникация көне заманнан бері келе жатқан қоғамдық
құбылыс екендігі даусыз.

Саяси коммуникация саласын зерттеушілер саясаттың адам
қызметінің бір түрі, қоғамдық сананың формасы ретінде
коммуникациямен тығыз байланысын атап өтеді. Саясат адам
қызметінен тыс өмір сүрмейді. Оның қоғамдық-саяси өмірді
жалғастыратын және бағыттайтын тасымалдаушы түрлі әдістері
болады. Осылайша саяси коммуникация әлеуметтік-ақпараттық
саясат алаңына айналады.

Өркениет дамуының ақпараттық кезеңі адам әрекетінің
барлық саласын басқаруда, оның ішінде саясатта да күн
тәртібіне түбегейлі жаңа ақпараттық тәсілдердің даму
қажеттілігін қояуда.

Сондықтан саясат әлеміне билік үшін күрес-тайталастың
әлеміне қазіргі кезде ақпараттық принциптерге сүйенген
коммуникациялық сайлау технологиялары белсене енуде.

Саясатты басқару және алға қойылған саяси мақсаттарға өту
процестерінде бүгінгі күні танылған менеджерлік, маркетингтік
және жарнамалық тәсілдердің өзектілігі - әлеуметтік салаларға
ғылыми әдістемелердің араласуымен жүйелі түрде түсіндіріледі.

Сайлаудың оң және теріс нәтижесінің қалыптасу процесінде
нақтылы бір сайлау технологияларының ықпалын мүлдем
абсолюттендіруге болмайды. Өйткені электоральдық қимыл-
әрекеттің себептілігі айтарлықтай дәрежеде әлеуметтік-
психологиялық аспектілермен белгіленген саяси таңдауға
байланысты.

Жекелеген кандидаттың имиджі, сайлауалдылық жарнама
науқандарының мазмұны және т.б. сияқты рационалды
факторлар мен деректердің ықпалы да артып келеді. Ұсынылған