**13 лекция. «Серпінді» менеджмент**

Жаһандық жаңа медиа кеңістіктің қалыптасуы аздаған экономикалық субъектілер қатысқан нарық механизмдері негізінде жүзеге асуда. Олардың қатарында Тайм Уорнер, Уолт Дисней, Сони сияқты трансұлттық корпорацияларды, бұқаралық коммуникация құралдарының жаһандық та, аймақтық та деңгейдегі медиа қатарында Би-Скай-Би, Си-Эн-Эн, Эм-Ти-Ви арналарын атауға болады. Бүгінде сауықтыру индустариясы мен телекоммуникациялық индустриясы біртұтас нарыққа айналып, трансформациялық процестер орын алуда.

Автордың пікірінше, ақпараттық қоғам жағдайында шетелдік БАҚ-тағы саяси коммуникацияны зерттеуде әрбір нарықтың ерекшеліктері мен өзара ұқсастықтары және олардың даму тенденцияларын қарастыру қажет.

«Батыстық» мәдени ұстанымының ерекшеліктеріне қарамастан Еуропа және Америка елдерінің, Таяу Шығыс және Азия-Тынық мұхит бассейні елдерінің ақпараттық коммуникация саласындағы дамуының өзіндік ерекшеліктері бар.

Бұрынғы кеңестік жүйедегі елдермен қатар дамушы елдердің бұқаралық ақпарат құралдарының даму процесінің жаһандық ақпараттық кеңістіктің жылдам өзгеруі кезеңінде қиындықтардан айналып өте алмағаны анық. Осы елдердегі қоғамның әлеуметтік-саяси және экономикалық трансформациясы бұқаралық коммуникация құралдарының тәжірибесіне айтарлықтай ықпал етті.

Әлем елдерінің түрлі әлеуметтік-саяси және экономикалық дамуына қарай билік пен БАҚ, бұқаралық коммуникация және бұқара арасындағы қарым-қатынастардың әр алуандығы заңды құбылыс.

Әлемдік бұқаралық ақпарат құралдарының бірінші кезекте саяси билікпен, келесі ретте сол көпшілік жұртқа бағытталған коммуникация құралдарының бұқарамен қарым-қатынасы мәселелерін қамту ауқымды зерттеуге нысан болады. Сондықтан автордың пікірінше, зерттеу жұмысында шетелдік БАҚ-тағы саяси коммуникациялық процестердің бірқатар жинақталған дәстүрлеріне тоқталып, олардың озық үлгілерін талдау қажет. Әр аймақтағы бұқаралық коммуникация құралдарының дамуы көбінде жалпы тенденциялармен айқындалса да әр аймақтың өзіндік ерекшеліктері бар. Шетелдік БКҚ дамуында ерекшеліктерге тоқталсақ.

Еуропа және Америкаелдерінің бұқаралық коммуникация құралдарының ақпараттық саясаты «батыстық» мәдени ұстанымдарына қарамастан екі бағытта дамуда: Ұлыбритания және Америка Құрама Штаттарының бұқаралық ақпарат құралдарын қамтитын еуропалық-құрлықтық және «арал» аймақтары деп көрсетеді ресейлік зерттеуші С. Михайлов.

Бұқараға саяси хабарлама мен ақпаратты жеткізуде ең басты ұстанымдары жаңалық пен дерек саналатын АҚШ және Ұлыбританиялық БАҚ-тың қалыптасқан дәстүрі саналады. Дегенмен «төңкерілген пирамида» принципі әр уақыт қолданыла бермейді. Мәселен, еуропалық «Свенска дагбладет» газетінің тәжірибесі көрсеткендей, әрбір саяси ақпаратттық талдамалық материал авторы тек аты-жөнімен емес, сондай-ақ электронды мекен-жайымен жарияланып тұрады. Бұл саяси ақпараттық коммуникациялық процестегі адресатқа, яғни аудиториға таралатын хабарламалар жайында қосымша мәлімет алу қажеттігінен туындаған әдіс.