

*Құтбанбаева Индира Нұрболқызы<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Саясаттану және саяси технологиялар кафедрасының докторанты  
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті  
(Алматы қ., Қазақстан), e-mail: kutbanbayeva.indira@gmail.com*

## **ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИАНЫҢ САЯСАТПЕН БАЙЛАНЫСЫ: АҒЫМДАҒЫ КҮЙІ ЖӘНЕ ДАМУ БОЛАШАҒЫ**

*Аңдатпа*

Әлеуметтік медианың ықпалы – қазіргі заманғы саясаттағы жаңа үрдіс болып табылады. Бұл бірінші кезекте әлеуметтік медианың саяси белсенділіктің өсуіне арналған алаңға айналуына байланысты. Мақалада әлеуметтік медиа саяси кеңістікте тиімді пайдаланылуы мүмкін жаңа технология ретінде қарастырылады. Сонымен қатар, әлеуметтік желілерде мемлекеттік саясатты қалыптастыру жолдары көрсетілген. Әлеуметтік медиада ақпарат беру және алу ерекшеліктері зерттеледі. Саяси көшбасшылардың имиджін, олар көздеген мақсаттар мен міндеттерді қалыптастыру және ілгерілету қажеттілігіне талдау жасалады. Әлеуметтік медианың өсуі саяси коммуникацияны жаңа деңгейге көшіре отырып, жүзеге асыру тәсілін өзгертті. Саяси көшбасшы немесе саяси партияның ғаламтордағы коммуникациясын ілгерілету мақсатында веб-сайттардың мәні ашылады. Әлеуметтік медиаға негізделген саяси қызметтің тиімділігіне ерекше назар аударылады.

**Түйінді сөздер:** жас буын, саяси билік, саяси имидж, қоғамдық саясат, саяси әлеует, блог, демократия, ақпарат, әлеуметтік медиа, әлеуметтік желілер.

*Kutbanbayeva Indira Nurbolovna<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*PhD student of the Department of Political Science and Political Technologies  
al-Farabi Kazakh National University  
(Almaty, Kazakhstan), e-mail: kutbanbayeva.indira@gmail.com*

## **SOCIAL MEDIA'S RELATIONSHIP TO POLITICS: CURRENT STATUS AND FUTURE DEVELOPMENT**

*Abstract*

The influence of social media is a new trend in modern politics. This is primarily due to the fact that social media has become a platform for increasing political activity. The article considers social media as a new technology that can be used effectively in the political space. In addition, the ways of forming state policy in social networks are defined. We study the features of providing and receiving information in social media. The article analyzes the need to form and promote the image of political leaders, their goals and objectives. The growth of social media has changed the way political communication is carried out, moving to a new level. In order to promote the communications of a political leader or political party on the Internet, the essence of websites is revealed. Special attention is paid to the effectiveness of political activities based on social media.

**Keyword:** young generation, political power, political image, public policy, political potential, blog, democracy, information, social media, social networks.

*Кутбанбаева Индира Нурболовна<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Докторант кафедры политологии и политических технологий  
Казахского национального университета им. аль-Фараби  
(г. Алматы, Казахстан), e-mail: kutbanbayeva.indira@gmail.com*

## **СВЯЗЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА С ПОЛИТИКОЙ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И БУДУЩЕЕ РАЗВИТИЕ**

### *Аннотация*

Влияние социальных медиа – новая тенденция в современной политике. Это в первую очередь связано с тем, что социальные медиа стали площадкой для роста политической активности. В статье социальные медиа рассматриваются как новая технология, которая может быть использована эффективно в политическом пространстве. Кроме того, определены пути формирования государственной политики в социальных сетях. Изучаются особенности предоставления и получения информации в социальных медиа. Анализируется необходимость формирования и продвижения имиджа политических лидеров, намеченных ими целей и задач. Рост социальных медиа изменил способ осуществления политической коммуникации, переходя на новый уровень. В целях продвижения коммуникаций политического лидера или политической партии в интернете раскрывается суть веб-сайтов. Особое внимание уделяется эффективности политической деятельности, основанной на социальных медиа.

**Ключевые слова:** молодое поколение, политическая власть, политический имидж, общественная политика, политический потенциал, блог, демократия, информация, социальные медиа, социальные сети.

Саяси әлеуметтену – бұл адамның саяси әрекеттері мен ұстанымдарының барлық жүйесінде көрініс тапқан, қоғам дамуының нақты мазмұндық, тұрақты өзгеретін нәтижесі [1]. Әлбетте, әлеуметтену процесі өздігінен, жүйесіз және құрылымдалмаған болуы мүмкін емес және болмауы тиіс. Сонымен қатар, оны қазіргі әлеуметтік-экономикалық және саяси болмыстардан және олардың дамуындағы өзекті үрдістерінен ажыратуға болмайды. Сондықтан мемлекеттік құрылымдардың өкілдері жастарды саяси әлеуметтендірудің жаңа арналарын ұйымдастыру кезінде ақпараттық қоғамның қазіргі заманғы факторларының әсерін ескеруі қажет. Атап айтқанда, ғаламтор желісі ұсынатын құралдар мен технологияларды пайдалануы тиіс.

Жас буын жаңа ақпараттық технологиялардың белсенді тұтынушылары, әлеуметтік желілердің белсенді қолданушылары болып табылады. Осылайша, қазіргі жастарды "Google ұрпағы", "Net Generation", "Internet Generation Z", "Generation Z" терминдерімен атауға болады [2]. Әлеуметтік медианың виртуалды шындығында жастармен берік қарым-қатынасты дамытуға белсенді қатысатын саясаткерлер мен саяси партиялар олардың саяси мүдделерін дамыту мен ынталандыруда табысты болады. Бұл жағдай, өз кезегінде, жас ұрпақтың саяси белсенділігін арттыруға қабілетті. Ғаламтор желісі жастардың саясатқа белсенді араласуын тек онлайн ғана емес, сонымен қатар офлайн да жүзеге асырады.

2000 жылдардың ортасынан бастап ғаламтор жаһандық деңгейге айналып, пайдаланушыларға желіге оңай кіре отырып, салыстырмалы түрде төмен тосқауыл бар жүйеге айналады. Қазіргі заманғы интернет-технологиялар кез-келген пайдаланушыға уақыт пен кеңістікке қарамастан, шексіз аудиторияны ұсына отырып, тез әрі тиімді коммуникацияны жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Ақпарат пен идеялар алмасудың бірегей мүмкіндіктерін ұсына отырып, ғаламтор адамның негізгі пікірін еркін білдіру құқығын іске асырады. А. Каплан мен М. Хайляйн әлеуметтік медианы Web 2.0 технологиясының идеологиялық және технологиялық негіздеріне құрылған, қолданушылардың өздері жасаған деректерімен бөлісуге мүмкіндік беретін ғаламтор-қосымшалар тобы ретінде анықтайды [3]. Оларға фото, бейне, аудиохостингтер, форумдар, блогтар, әлеуметтік желілер және т. б. жатады.

Әлеуметтік медианың ықпалы – қазіргі заманғы саясаттағы жаңа үрдіс болып табылады. Бұл бірінші кезекте әлеуметтік медианың саяси белсенділіктің өсуіне арналған алаңға айналуына байланысты. Әлеуметтік желілер (Facebook, Twitter, YouTube және т.б.) азаматтардың саяси өмірге қатысуын ынталандырудың жаңа және инновациялық тәсілдерін ұсынады және азаматтардың саяси өмірге, әсіресе сайлау науқандары барысында белсенді қатысуын қамтамасыз ете алады.

Статистикаға сүйенер болсақ, әлеуметтік желілерді ең көп пайдаланатын жас буын. Яғни, Қазақстандағы 18 миллион адамның 23% пайызы ғаламтордың белсенді қолданушылары. 2019 ж. қыркүйегінде ең танымал әлеуметтік желі ВКонтакте - 26.23% екендігі анықталды, бұл интернет қолданушыларының үштен бір бөлігі. Екінші орында Pinterest - 25.67%, содан кейін FaceBook - 17.95%, YouTube - 15.28%, Instagram - 6.33% және Twitter - 6.02% әлеуметтік желілері орын алған [4].

Р. Ж. Шварценбергтің пайымдауынша "саяси коммуникация" – бұл саяси ақпаратты беру процесі болып табылады. Сондықтан саяси коммуникация саяси жүйе мен әлеуметтік жүйенің арасындағы алтын көпір іспеттес. Барлық деңгейдегі индивидтар мен топтар арасында ақпарат алмасудың үздіксіз процесі жүріп жатады [5]. Әлеуметтік медианың өсуі саяси коммуникацияны жаңа деңгейге көшіре отырып, жүзеге асыру тәсілін өзгертті. Web 2.0 ғаламтор желісінде ақпаратты алу және ұсынудың ерекшелігі мен маңыздылығы мынадай:

1) бұл ыңғайлы және оңай. Пайдаланушы оны қызықтыратын ақпаратты 24/7 тәулігінде үздіксіз пайдалана алады, ал өз пікірін білдіру үшін "like" батырмасын басса жеткілікті. Осылайша, 2013 жылдың қыркүйегінде АҚШ-тың федералды апелляциялық соты Facebook әлеуметтік желісіндегі «Ұнату» түймесін басуды сөз бостандығының көрінісі деп таныды;

2) кез келген ақпаратты жіберуге болады. Ақпарат пен идеяларды кез келген құралдармен іздеу, алу және тарату еркіндігі туралы адам құқықтарының жалпыға бірдей декларациясының 19-бабында ғаламтор жайлы жазылған. Осыған байланысты желілік кеңістікте мемдер, өсек-аяндар мен қауесеттердің үлкен ағымы тарайды, олар ақиқат, өтірік, алыпсатарлық пен сатираның қоспасы болып табылады. Бұл жағдайда шынайы жаңалықтарды жалған жаңалықтардан ажырату өте қиынға соғады;

3) мәтіннің өзгеріске ұшырау ықтималдылығы. Ғаламтордағы ақпарат кез-келген уақытта редакциялануы, толықтырылуы немесе өзгертілуі мүмкін;

4) қарым-қатынаста тек мәтінде ғана емес, сонымен қатар эмоционалды және бейресми әсер тудыратын бейне, аудио таспалар, суреттерді қолдану мүмкіндігі бар;

5) кандидатқа тікелей және жанама үгіт-насихат жүргізуге мүмкіндіктер беріледі;

6) сайлаушыларға саясаткерлермен, ал саясаткерлерге сайлаушылармен тікелей қарым-қатынас жасау мүмкіндігі коммуникацияны ашық және айқын етеді. Заманауи технологиялардың көмегімен сіз виртуалды шараларға қатыса аласыз және саясаткерлермен және кандидаттармен тікелей байланысқа шыға аласыз;

7) әлеуметтік медиа біршама бюджетті қажет ететін радио мен теледидардағы жарнамадан айырмашылығы, саяси ақпарат пен жарнаманы тегін жасауға және жариялауға мүмкіндік береді.

Сонымен бірге, бүкіләлемдік ғаламторды ақпаратты насихаттауға және қаржы алу мақсатында тиімді қолданады. Әдетте ғаламтордағы насихаттар, мәтіндер, презентациялар, аудио және видео роликтер, видео ойындар, мультфильмдер және т.б. мультимедиялық байланыс түрінде ұсынылады.

Ғаламторды пайдаланудың ең бірінші артықшылығы аудиторияны кеңінен қамту болып табылады.

Екіншіден, ақпаратты тез тарату мүмкіндігі және тәуелсіз сараптаманың жоқтығы, бұл ақпаратты өңдей алатын немесе сенімділікке тәуелсіз баға бере алатын байланыстың дәстүрлі арналарына тәуелділікті азайтады.

Үшіншіден, пайдаланушылардың саяси ақпаратты орналастыратын ғаламтордағы платформалар санының өсу үрдісі. Бұрын жиналыстарда жеке қарым-қатынас кезінде таратылған ақпарат қазіргі таңда ғаламторға ауыса бастады. Ол үшін веб-сайттар, тақырыптық виртуалды чаттар мен форумдар, әлеуметтік желілер қолданылады.

Төртіншіден, үгіт-насихат белгілі бір мақсатта арнайы аудиторияға бейімделуі мүмкін, яғни жасы, жынысы, әлеуметтік және экономикалық жағдайлар сияқты демографиялық факторларды ескереді.

Кез-келген насихаттың мақсаты қандай да бір идеологиялық тексерілген ақпаратты тарату ғана емес, сонымен қатар өзінің идеялық жағына жаңа жақтастарды тарту болып табылады. Осы орайда ғаламтор қандай да бір ақпараттық материалдарды тарату үшін ғана емес, сонымен бірге саяси партиялар қатарын толықтыру үшін де кең мүмкіндіктер береді. Саясаткерлер ғаламтор желісінің көмегімен қаражат алу мүмкіндіктерін белсенді пайдаланады. Оларды екі санат бойынша жіктеуге болады: электрондық сауда және қайырымдылық. Электронды сауда көбінесе ғаламтор-дүкендерінен тұрады. Мысалы партиялардың логотиптерімен безендірілген кітаптар, аудио және бейнежазбалар, саяси көшбасшылардың портреттері бар киім-кешек және

кәдесыйларды осы санатқа жатқыза аламыз. Қайырымдылық саяси көшбасшының сайтында жеке айдар түрінде ұсынылып, саяси партияның қайырымалдық жасауын болжайды.

2003 жылы Демократиялардан үміткер Говард Дин ғаламтор желісі арқылы бір сағат ішінде 800 мың доллар жинады. Ол сайлауалды науқанға ғаламтордың көмегімен 40 млн доллар жинап алды. 2008 жылы Обама штабы сайлау науқанына ең ауқымды және табысты қаражат жинау науқанын ұйымдастырды. Желі арқылы 3,1 млн адам қайырымдылық жасап, 1 миллиард доллардан астам қаражат жиналды. Дамыған ақпараттық қоғам жағдайында саяси көшбасшы немесе саяси партия брендин құру және қолдау үшін ғаламтор-коммуникацияның негізгі компоненттерінің бірі болып табылатын веб-сайт қажет. Веб-сайттар 8 минут ішінде ықтимал сайлаушының назарын аударып алады. Бұл ретте бейнероликтер 30 секунд ішінде, ал телефондық үгіт-насихат 45 секунд ішінде халықтың назарын аударып алуы қажет. Әдетте, сайттағы ақпарат үміткердің өмірбаянын, саяси бағдарламасын, фотосуреттерді, үміткердің сайлауалды бағдарламасын, іскерлік кестесін, мақалаларды, сайлау науқанының жаңалықтары мен үміткерге тілектер мен сұрақтар айдарын камтиды.

Сайт пен әлеуметтік желінің өзара әрекеттесуіндегі маңызды байланыстардың бірі - сайтқа БАҚ-тың белгішесін орналастыру болып табылады. Белгішелер неғұрлым байқалса, пайдаланушылар саны соғұрлым көп болады. Бұл өте маңызды мәселе, өйткені әлеуметтік желілердегі профильдер пайдаланушылар туралы маңызды ақпарат көзі болып табылады және байланыста болудың қарапайым тәсілі.

Сондай-ақ кері байланыстың болуы да маңызды: сайтқа әлеуметтік желілердің логиндары арқылы кіру мүмкіндігі болуы шарт. Facebook, Twitter және т.б. арқылы тіркелу/кіру мүмкіндігін бере отырып, тіркеу процесін айтарлықтай жеңілдетуге болады. Веб-сайт әлеуметтік медианың құрамдас бөлігі ретінде еріктілерді жалдауға, іс-шараларды насихаттауға, әлеуметтік-саяси пікірталастарды ұйымдастыруға және инвесторлар табуға бағытталған. Қазіргі жағдайды және саяси саладағы өзгерістерді болжай отырып, жақын уақытта саяси қызметтің тиімділігі әлеуметтік медиаға негізделетінін атап өткен жөн:

1. Жеке желілерді ақпараттың шынайылығын анықтайтын сарапшыларға айналдыру процесі жүруде. Ақпарат ағыны мол заманда адамдарға бәсекелестердің идеяларын бағалау қиынға соғады. Сол себепті ғаламтор желісін қолданушылар әр түрлі фактілерді тексеріп, ақпараттың сапасын бағалау үшін өздерінің жеке желілерін жиі пайдаланады.

2. Саясаткерлер азаматтармен тікелей қарым-қатынас орнатуға ұмтыла отырып, сол арқылы қоғамдағы саяси белсенділікті ынталандыруы тиіс.

3. Сайлаушылармен кері байланыстың тиімді жүйесін құра білу қажет. Әр азаматтың пікірін сұрай отырып, саясаткерлер өздеріне деген және партияға деген сенімділікті ұялатады және халықпен кері байланысты қамтамасыз етеді. Кері байланыс құралдары сайттағы форумдар ғана емес, сонымен қатар интерактивті сауалнамалар, профильдер, ойындар және т.б. болуы мүмкін.

4. Әлеуметтік желілердегі пікірлерді ресми жаңалықтарда қолдану тиімді болып табылады. Қазіргі жағдайда дәстүрлі және әлеуметтік медиа мүмкіндіктерін үйлестіретін азаматтық белсенділіктің жаңа моделі құрылуда. Twitter-де, Facebook-те, YouTube-тегі талдау, сонымен қатар теледидардағы, газеттердегі саяси көшбасшының немесе партияның веб-сайтындағы халықпен тілдесу әдісі демократиялық диалогты күшейтеді.

5. Сайлаушыны нақты сендіру үшін әлеуметтік желілерді пайдалану тиімді болып табылады. Әлеуметтік желілердің көмегімен қарапайым азаматтар кез-келген саяси құндылықтар мен идеологиялық ұстанымдарын көрсету үшін өздерінің жеке байланыс желілерін пайдалана алады. Мысалы, Б. Обаманың 2012 жылғы сайлау науқаны барысында саяси таңдаумен әлі айқындалмаған сайлаушыларды стандартты саяси үндеуге қарағанда, өздерінің ғаламтор желісіндегі "достарының" біріне сенім артатынын негізге алды. Нәтижесінде бес белсендінің бірі әлеуметтік желіден "досын" саясаткердің желісіне тіркелуге немесе қаражатты қайырымдылыққа жұмсауға, я болмаса Б. Обамаға дауыс беруге көндірді.

6. Саяси идеялар мен түрлі пікірлердің көптігі. Сандық технологиялардың ерекшеліктері географиялық және әлеуметтік шекараларды жойып, саяси диалог пен өзара байланысты нығайтуға мүмкіндік береді.

Қазіргі адамның әлеуметтік коммуникациясының көлемі өткен дәуірдегі адамдардың әлеуметтік коммуникациясынан әлдеқайда жоғары. Бұл сан алуан саяси идеяларды, пікірлерді өңдеу, жүйелеу және бағалау қажеттілігіне әкеледі. Сонымен қатар, саясаткер мен халықтың арасында диалог орнатып, үміткерлер мен саяси идеяларды бағалауға көмектесетін ақпаратты алуға мүмкіндік береді. Алайда, медиаконтенттің оқырмандарға әсер ету арнасы әртүрлі болып

табылады, себебі оқырмандар өздерінің көзқарастарына сәйкес келетін жаңалықтар мен ақпаратты ғана іріктеп алады. Виртуалды қоғамдастықтарды зерттеу барысында олардың құндылықтар мен көз-қарастар тұрғысынан біркелкілігін анықтадық. Онлайн пікірталастарға қатысушылар өздерінің пікірлеріне ұқсас тараптың көзқарастарын жиі ұстанады. Осылайша, онлайн қауымдастықтар өзгелерден оқшаулану құралына айнала алады.

7. Ұялы байланыс арқылы саясатқа белсенді қатысу үшін жаңа мүмкіндіктерге жол ашу. Смартфондар ең жас аудиторияға шығып, сол арқылы ақпарат пен әлеуметтік желілерге кез-келген уақытта қол жеткізіп, жастарды саяси процеске тартуға мүмкіндік береді. Бұл технология электрондық ресурстарға бас назар аудара отырып, жаңалықтардың шығу уақытын жеделдетеді және өзгертеді. Яғни, жаңалықтар қысқаша мәтін түрінде және қысқа бейне материалдар ретінде ұсынылады.

8. Белгілі бір аудитория бойынша тиісті ақпаратты жеткізу немесе бағыттау, яғни таргетинг. Бұл саясаткерлер мен партияларға қаржылық ресурстарын тиімді пайдалануға және сайлаушылардың мүдделеріне сәйкес келетін материалды ұсынуға мүмкіндік береді. Ақпаратты жүйесіз таратудың орнына, сайлаушыларға керектісін таңдай отырып, ресурстарды неғұрлым дәл және пәрменді түрде қолдануға болады.

Барлық сарапшылар әлеуметтік медиаға, оның саяси шешімдерді қабылдауға немесе сайлау алдындағы науқанның нәтижелеріне әсер ету мүмкіндіктеріне оң көзқараспен қарай бермейді. Десе де, әлеуметтік желі сарапшылардың беделін көтеру, ұжымдық жауапкершілікті арттыру, беделді саясаткерлердің саясатын көтермелеу кезінде қолданылатын таптырмас құрал екені сөзсіз. Қалыптасқан жағдайға байланысты саяси институттар тұрғысынан әлеуметтік медиадан саяси маңызы бар ақпаратты тұрақты түрде жинау, оны мониторингтен өткізу, ақпаратты талдап, қорыту қажеттілігі туындайды. Web 2.0 технологиясы негізіндегі ғаламтор желісіне талдау жасау әр түрлі әлеуметтік медиаплатформалардың көп саны мен күрделілігіне байланысты және ақпаратты бақылау мен талдауға жүйелі ғылыми тәсілдің болмауына байланысты күрделі міндеттердің бірі болып саналады.

### Қорытынды

1. Жалпы алғанда ғаламтор кеңістігі мен әлеуметтік желілер кез-келген саяси билікті қалыптастыруда тиімді құрал болып табылады. Әлеуметтік желілер неғұрлым көбірек дамыса, оларды саясаткерлер мен мемлекет қайраткерлері соғұрлым белсенді түрде пайдаланатын болады. Бұл заманауи және ұзақ мерзімді саяси тренд болып қалыптаспақ.

2. Әлеуметтік желілер әртүрлі билік органдарының сайлауы кезінде белсенді қолданылады. Бұл үрдіс әлі ұзақ уақытқа дейін жалғасын таппақ.

3. Бүгінгі таңда әлеуметтік желілер қоғамның өз мүдделерін билікке тиімді әрі жылдам жеткізуге мүмкіндік беретін таптырмас құрал болып саналады.

### Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Камнев, Д. Г. Поиск эффективной модели политической социализации молодежи с учетом влияния информационных технологий / Д. Г. Камнев // *PolitBook*. – М., 2014. – № 2. – С. 54–67

2. McCrindle M. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: UNSW Press, 2009. 208 – P. 2.

3. Kaplan, A. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media* / A. Kaplan, M. Haenlein // *Business Horizons*. – 2010. – Vol. 53, iss. 1. – P. 59–68.

4. Мемлекеттік жастар саясатының 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасы // *Электрондық еңбек биржасы*. [Электрондық ресурс] URL: <https://www.enbek.kz/docs/kk/node/194> (өтініш берген күні: 18.04.2020).

5. Шварценберг Р. Ж. *Политическая социология: в 3 ч.* / – М., 1992. – Ч. 1. – 180 с.

### References:

1. Kamnev, D. G. search for an effective model of political socialization of young people taking into account the influence of Information Technologies / D. G. Kamnev // *PolitBook*. MOSCOW, 2014. - NO. 2 - - PP. 54-67

2. McCrindle M. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: UNSW Press, 2009. 208-P.2.

3. Kaplan, A. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media* / A. Kaplan, M. Haenlein // *Business Horizons*. – 2010. – Vol. 53, iss. 1. - p. 59-68.

4. *concept of State Youth Policy until 2020 // electronic labor exchange. [Electronic resource] URL: <https://www.enbek.kz/docs/kk/node/194> (application date: 18.04.2020).*
5. *Schwarzenberg R. zh. Political Sociology: in 3 ch. /- Moscow, 1992. - Ch. 1 – - 180 P.*