

А.С. Дмитриева¹, Ж.К. Тулиндинова², А.А. Умаров³

¹Международный университет Астана, Астана, Казахстан

²Институт парламентаризма, Астана, Казахстан

³Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
(E-mail: ¹dmitriyeva.alyna@gmail.com, ²zh.tulindinova@gmail.com)

Влияние социальных сетей на современную политическую ситуацию в Казахстане

Аннотация. Цифровизация средств массовой информации и стремительное развитие социальных медиа в мире привели к тому, что общество стало лучше информировано о ключевых политических и экономических проблемах, вызывающих озабоченность общества. В статье раскрываются особенности использования социальных сетей в качестве преобразующего фактора в изменении политического поведения казахстанцев. Авторы рассматривают взаимодействие гражданского общества с политической средой Казахстана через популярные социальные сети. В частности, особое внимание уделялось качеству производимой информации, поскольку социальные медиа предоставляют широкий спектр возможностей для политического манипулирования. Для осуществления данного исследования в качестве метода сбора информации было проведено анкетирование казахстанцев в возрасте от 18 до 50 лет, где основной возрастной диапазон опрошенных сконцентрировался в промежутке от 18 до 25 лет. В ходе проведенного анкетирования было установлено, что влияние социальных сетей на политическую позицию казахстанцев возрастает, поскольку большинство респондентов отметили, что они решили выбрать свои политические взгляды в соответствии с информацией, полученной из социальных сетей. Результаты исследования показывают, как социальные сети влияют на политические взгляды общества и способствуют пониманию того, как цифровые медиа позволяют заинтересовывать или отторгать общество от политической жизни страны.

Ключевые слова: социальные медиа, политическое сознание, политическая активность, цифровые технологии, гражданское общество, молодежь.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6887/2023-145-4-37-49>

Поступила: 22.08.2022 / Принята к опубликованию: 10.11.2023

Введение

В современном глобализирующемся мире трудно переоценить роль информации, значение которой возрастает с каждым годом почти во всех сферах человеческой жизни. Кроме того, появление интернета вызвало огромный интерес к тому, какое влияние новые цифровые платформы оказывают на политическую сферу.

Несомненно, что быстрый рост роли информации, методов и скорости ее передачи привел к тому, что коммуникация во всех ее проявлениях сегодня охватывает практически все сферы социальной реальности и по-новому организует социальные отношения. В результате сегодня мы можем полагаться на растущее количество исследований, посвященных многочисленным отношениям между социальными сетями и политикой с разных точек зрения [1].

Подходы, предлагаемые для изучения данной темы, часто различны, они не всегда взаимодействуют друг с другом и вынуждают анализ причин и следствий идти разными

путями, иногда приводя к разным выводам. Однако существует согласие в том, что интернет создал новые каналы коммуникации, резко изменившие потоки информации по сравнению с известными традиционными СМИ. Так, социальные сети играют ключевую роль в распространении новостей через мультимедийные платформы за пределами национальных границ, в социальных, культурных и политических нишах.

Целью исследования является изучение влияния социальных медиа на политическую ситуацию в Казахстане и воздействия на общественное мнение и политическое поведение граждан страны, в том числе молодежи.

Научная новизна настоящей статьи заключается в выявлении влияния социальных медиа на политическое сознание казахстанского общества, а также их роли в политической жизни страны, поскольку за последние 13 лет своего развития крупнейшие социальные сети существенно изменились, превратившись из канала обмена сообщениями в виртуальную проекцию общества и физического мира, формирующие новый взгляд на политическую обстановку в мире.

Гипотеза состоит в том, что социальные медиа позволяют гражданам взаимодействовать с различными людьми, получая информацию в огромном количестве и знакомясь с проблемами разного характера через цифровое сообщество социальных сетей, что в конечном итоге влияет на восприятие информации и способствует активному вовлечению населения в политическую жизнь страны.

При этом данное направление исследования вызывает интерес многих ученых, но в то же время в этой области знаний остаются большие пробелы. Причина кроется в огромном и безостановочном механизме циркуляции информации в сети интернет, которую необходимо регулярно обновлять. В связи с этим степень научной разработанности проблемы всегда будет достаточно высокой.

Методология исследования

В ходе исследования были использованы следующие методы: анализ и синтез, исторический и системный методы. Так, применение метода анализа использовалось для выявления ключевых закономерностей, которые обуславливают роль информационных потоков и влияние новых цифровых медиа на политическую систему государства, в то время как метод синтеза позволил систематизировать данные, создав целостную картину исследуемой проблематики.

Путем исторического метода раскрыта структура социальных сетей, их взаимодействие и вовлеченность в политические процессы государства с момента обретения независимости Казахстана, а также становление и развитие социальных медиа в постсоветский период. Системный метод позволил исследовать прочную взаимосвязь между социальными сетями и государственной политикой, в рамках которой происходит формирование общественного мнения и нового политического сознания. В статье были использованы данные статистической отчетности государственных органов, научно-исследовательских центров, экспертных организаций, а также законодательные и нормативно-правовые документы Республики Казахстан.

Также был применен эмпирический метод анализа – анкетирование для сбора первичной информации. Данные методы исследования позволяют выявить, как влияние социальных сетей отражается на политической ситуации в государстве, а также политической позиции казахстанцев, благодаря их быстрому росту и популярности.

Обсуждение

Социальные медиа характеризуются тремя взаимодополняющими и взаимосвязанными элементами: средства массовой информации, контент и социальное взаимодействие.

Так, под средствами массовой информации подразумевается виртуальная инфраструктура, которая позволяет социальному взаимодействию и контенту сосуществовать в реальном времени и совместно использовать одно и то же виртуальное пространство. В свою очередь, контент формирует исходную базу для общих ценностей, которые заинтересовывают человека и приводят к вступлению в сообщество соцмедиа.

Что касается социального взаимодействия, то основная взаимосвязь между пользователями и другими людьми прослеживается непосредственно через сайты (новостные ленты Facebook, Twitter, Instagram и др.), сторонние приложения (Tweetdeck.com) или другие средства независимого от времени межличностного взаимодействия (связь через сообщения в блогах и комментарии). При этом независимость от времени позволяет исключить социальное взаимодействие и взаимосвязь из традиционного физического взаимодействия. В связи с этим, для успешного функционирования социальных сетей должны присутствовать все три элемента [2, с.345–346].

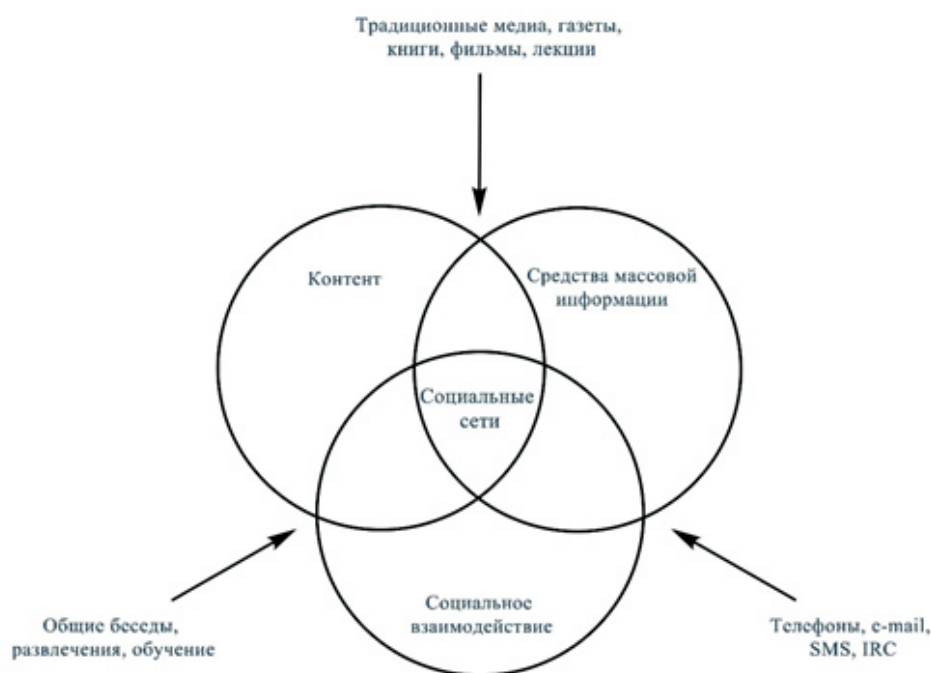


Рисунок 1. Компоненты социальных медиа

На рисунке 1 показано совпадение между средствами массовой информации, контентом и социальным взаимодействием, а также соответствующими категориями взаимодействия с контентом, лежащими в основе взаимоотношений пользователя с социальными сетями. Данное совпадение между тремя элементами обеспечивает некоторые дополнительные преимущества с точки зрения поведения потребителей, поскольку социальные сети могут быть совершенно новым опытом в реализации политики при правильном позиционировании.

В то же время, наиболее популярные социальные медиа появляются еще в 2000-х годах, среди которых лидирующие позиции занимали «Facebook», «Twitter», «ВКонтакте». В это же время ученые начинают публиковать свои эмпирические исследования, в которых прослеживается взаимосвязь между онлайн-активностью молодых людей, их политической социализацией и политическим участием. Например, в исследовании ученого Ш. Бульяна из Университета МакЮэна (Канада) была выявлена положительная корреляция между использованием интернета и офлайн-участием в политической жизни общества, особенностью которой стало более доступное политическое взаимодействие между гражданами-пользователями с учетом новых возможностей для получения

политической информации и более удобные формы гражданского участия (создание онлайн-петиций, интернет-голосование и др.) [3].

Исторический фон и опыт Казахстана создали уникальную реальность для формирования медиа-ландшафта в связи с дополнением к традиционным медиа (газеты, радио, телевидение) новых – блоги, веб-сайты, социальные сети. Правительство сделало развитие цифровых информационных технологий национальным приоритетом, что привело к попыткам либерализации сектора связи и поощрения использования интернета. Помимо этого, с 2009 года в законодательных инициативах Казахстана по регулированию сети интернет было определено новое положение, в котором было отмечено, что все интернет-ресурсы относятся к категории СМИ [4]. Что касается социальных сетей, то они впервые упоминаются в Концепции информационной безопасности Республики Казахстан до 2016 года, утвержденной Указом Президента РК от 14 ноября 2011 года. В Концепции отражена высокая значимость и мощь социальных сетей в соответствии с современными реалиями [5].

В связи с этим, социальные сети можно определить как мощный ресурс пропаганды не только негативного освещения проблем, но и важнейших приоритетов государственной политики. Так, с помощью социальных сетей (Facebook, V Kontakte, Twitter, Instagram и др.) можно повысить популярность национального контента и создать мощную конкурентоспособную информационную базу.

При этом следует отметить, что количество СМИ в Казахстане ежегодно меняется. Согласно последним данным МИОР РК, по состоянию на 2022 год в Казахстане зарегистрировано более 5 тысяч СМИ, в их числе 3676 печатных изданий, 191 телеканал, 84 радио, 959 информационных агентств и сетевых изданий, 279 иностранных телеканалов. Из них 255 электронных СМИ, в том числе соцмедиа [6].

В последнее время наиболее актуальной темой в Казахстане является вовлечение молодежи в политическую жизнь государства. Данная тенденция сформировалась относительно недавно. Это связано с тем, что политическое участие молодежи Казахстана активно развивалось во второй половине 90-х годов. Однако после того, как в странах СНГ прошли «цветные революции», власти Казахстана стали постепенно ограничивать политический активизм молодежи.

На сегодняшний день социальные сети усиливают свое влияние на сознание современного молодого поколения, продолжая переход от традиционной структуры социализации к онлайн-структуре посредством сети интернет, в результате которой сформировалась новая модель политической социализации молодежи при помощи появления новых медиа и социальных сетей [7].

Среди популярных социальных сетей в Казахстане можно выделить «Instagram», «Facebook», «Twitter», а также «YouTube», которые оказывают большое влияние на развитие разных сторон современного общества, поскольку регулярный просмотр соцсетей позволяет наблюдать за политическим настроением общества, проблемными моментами и т.д.

На диаграмме 1 представлена статистическая информация социальных сетей, популярных среди казахстанского общества за октябрь 2022 года. Так, мы видим, что социальные медиа могут выступать в качестве политического инструмента, так как имеют достаточно большой охват казахстанского населения [8].

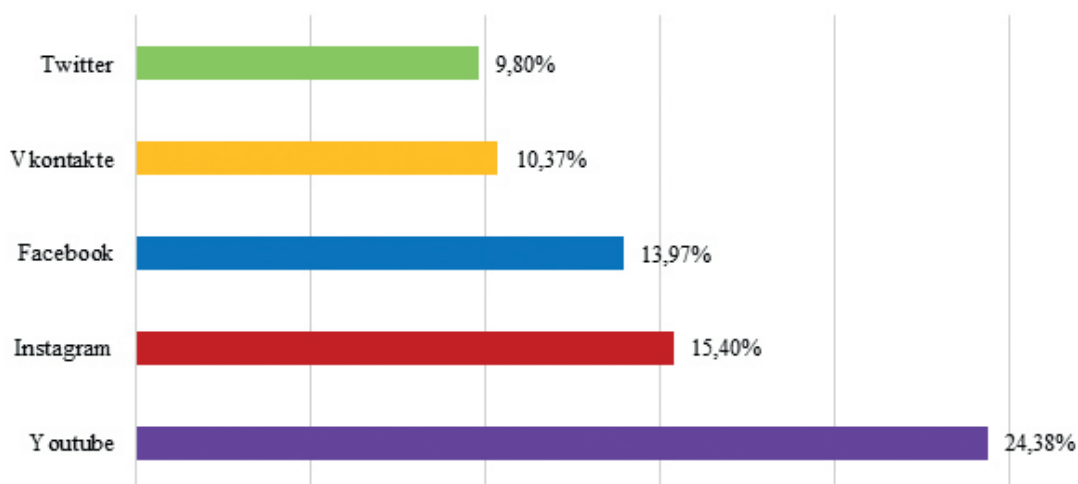


Диаграмма 1. Статистика использования популярных социальных сетей в Казахстане за октябрь 2022 г.

Несмотря на то, что рост социальных медиа и доступность интернета ускоряют получение информации и ее доступность, роль традиционных СМИ как достоверного источника распространения информации остается актуальной для более старших возрастных групп казахстанцев. Однако молодое поколение, которое наиболее активно использует интернет и социальные сети, практически отошло от традиционных медиа. Так, согласно данным НИЦ «Молодежь» за 2020 год, только 1,4% молодежи не пользуется интернетом, в то время как 67,6% проводят в интернете более 3 часов в день.

Среди источников получения информации для молодежи (см. Диаграмму 2) на первом месте стоят социальные сети, блоги (61,5%), далее следуют казахстанские республиканские каналы (39,1%), и казахстанские интернет-сайты (33,3%).

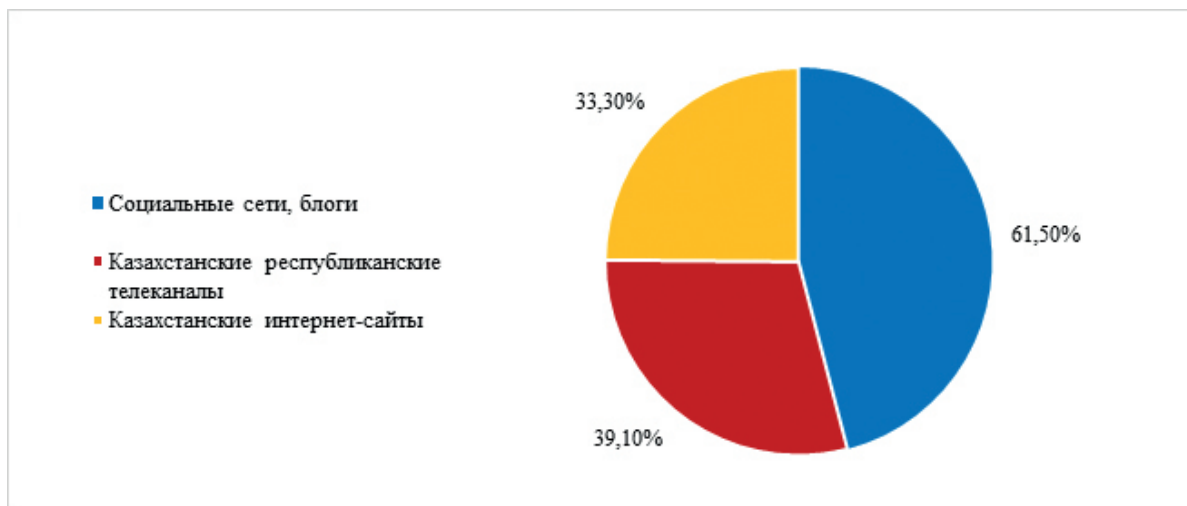


Диаграмма 2. Источники получения информации

Кроме того, в рамках реализации Концепции «Слышащего государства» появляются новые цифровые платформы, а также онлайн-инструменты, предлагаемые государством, но, несмотря на предлагаемые комфортные условия, молодые граждане предпочитают излагать свои мысли через социальные сети. Это подтверждает исследование социологов

исследовательского центра «PaperLab» Камилы Ковязиной и Дамеш Сатовой, проведенное среди женщин и молодежи Казахстана [9].

В июле 2022 года исследовательским центром «PaperLab» была организована дискуссионная онлайн-площадка на тему «Политическое участие молодежи в Казахстане: роль цифровых технологий», в ходе которой экспертами было отмечено, что интерес казахстанской молодежи растет, особенно после прошедших в стране январских событий.

Так, председатель попечительского совета МИСК Ирина Медникова отметила, что количество молодых людей, не удовлетворенных политикой и состоянием демократии в Казахстане, увеличилось за последние 5 лет в 5 раз – с 5% до 28,9%. Она также подчеркнула, что политическая активность молодежи постепенно возрастает, однако реальное политическое участие пока ограничено.

В ходе дискуссионной площадки директор интернет-ресурса «Malim.kz» Руслан Ербота также выразил свое мнение о теневой стороне активности молодежи в социальных сетях, отметив, что контроль СМИ и ограничение свободы слова в целом привели к росту популярности социальных сетей. Однако, по мнению Р. Ерботы, данная ситуация осложняется тем, что в некоторых случаях блогеры и владельцы популярных пабликов и сообществ используют средства манипуляции: сначала они вызывают интерес аудитории, поднимая волнующие граждан темы, а потом пытаются манипулировать, используя блоги в личных целях. В связи с этим, в Казахстане наблюдается дискредитация гражданского активизма [10].

В то же время социальные медиа используются не только гражданами страны, но и политиками, которые, как и большинство публичных людей, имеют аккаунты в различных социальных сетях, в которых информируют о своей политической и личной жизни.

Однако в некоторых случаях использование социальных сетей может создавать иллюзию достоверной информации, в связи с чем пользователи полагают, что информация представлена официальным первоисточником, в то время как политики публикуют искаженную информацию, преследующую их личные цели, откуда вытекает скрытая манипуляция [11]. Так, политики применяют социальные сети используя несколько возможностей, среди которых можно выделить:

- возможность продвижения и пропаганды;
- формирование и развитие личного бренда;
- дополнительная возможность сбора пожертвований для предвыборной кампании.

Следует также отметить, что на сегодняшний день ни одна протестная акция не обходится без использования соцсетей, которые непосредственно являются основным источником информации о происходящем протесте для широкого круга общественности. При этом, обеспечивая оперативную мобилизацию, социальные сети информируют не только о происходящих протестных акциях, но и освещают действия государственных, правоохранительных органов по данным обстоятельствам. Визуальная культура социальных сетей показывает, что данные протесты могут быть широко и быстро распространены не только в региональном аспекте, но и в международном, как, например, Январские события 2022 года.

Кроме того, за последние три года в Казахстане прошло более 2500 протестных акций, в освещении которых принимали участие популярные региональные страницы социальной сети «Instagram», «Youtube». Кроме того, на площадках «Facebook», «Twitter» публиковались мнения рядовых пользователей по освещаемым проблемам, благодаря чему граждане могут достучаться до госорганов не только через электронные сайты Правительства, но и через цифровые медиа [12].

Учитывая вышеизложенное, следует подчеркнуть, что социальные сети стали инструментом, с помощью которого люди могут организовывать протестные акции с беспрецедентной скоростью. В то же время данные движения также могут использовать социальные сети в качестве платформы для обучения и информирования людей, особенно в то время, когда большое количество людей не могут или не хотят протестовать в одиночку.

Результаты исследования

Для того, чтобы определить роль социальных медиа в политической жизни Казахстана и какое влияние они оказывают на население, в т.ч. молодежь, которая пользуется ими наиболее чаще, было проведено анкетирование. Участие в опросе приняли 93 респондента, 25 (26,9%) из которых мужчины, а 68 (73,1%) – женщины. Возраст опрошенных в преимущественно составил от 18 до 25 лет (46,2%).

На вопрос «Какими источниками политической информации Вы предпочитаете пользоваться?» (см. Рисунок 2) большинство респондентов (72%) отметили, что используют для этой цели социальные сети.

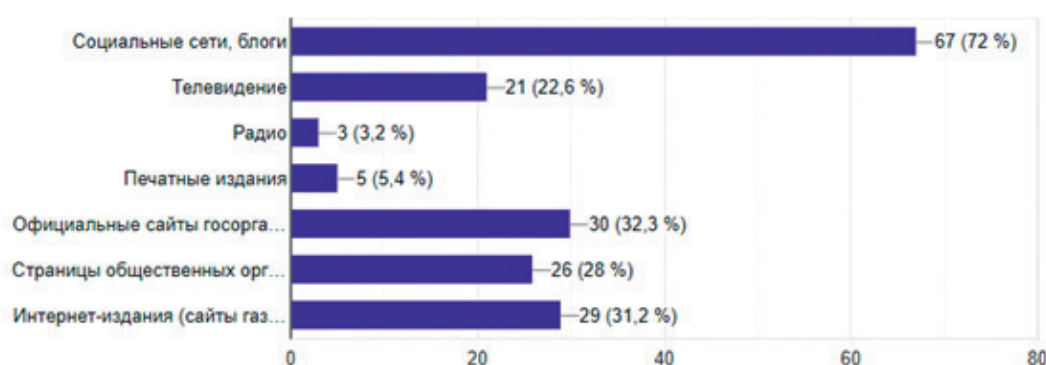


Рисунок 2. Ответы респондентов на вопрос: «Какими источниками политической информации Вы предпочитаете пользоваться?»

В связи с этим можно отметить, что социальные сети действительно стали популярны не только для получения общих сведений, но и для политической информации. При этом среди наиболее популярных социальных сетей, откуда респонденты предпочитают получать информацию, были отмечены такие социальные сети, как «Instagram» и «Facebook».

Для того, чтобы определить, подписаны ли респонденты на политических деятелей, партии или органы власти в соцсетях, им был задан соответствующий вопрос (см. Рисунок 3).



Рисунок 3. Ответы респондентов на вопрос: «Подписаны ли Вы на какого-либо политического деятеля, политическую партию или орган власти в социальных сетях?»

Согласно диаграмме, соотношение подписанных и неподписанных респондентов составило равные доли – 43%. Тех, кто не использует социальные сети для данной цели, в 8 раз меньше – всего 5,4%. Кроме того, среди респондентов, подписанных на политические страницы в соцсетях, 34 человека (85%) подписаны на страницы, выражающие поддержку государственной власти. Только 6 (15%) опрошенных отметили, что интересуются страницами оппозиционных страниц.

В связи с этим, респондентам был задан вопрос «Усиливает ли политическая активность в социальных сетях оппозиционные настроения общества к действующей власти Казахстана?» (см. Рисунок 4), на который больше половины опрошенных отметили, что политическая активность в социальных сетях увеличивает оппозиционные настроения в обществе (51,6%).

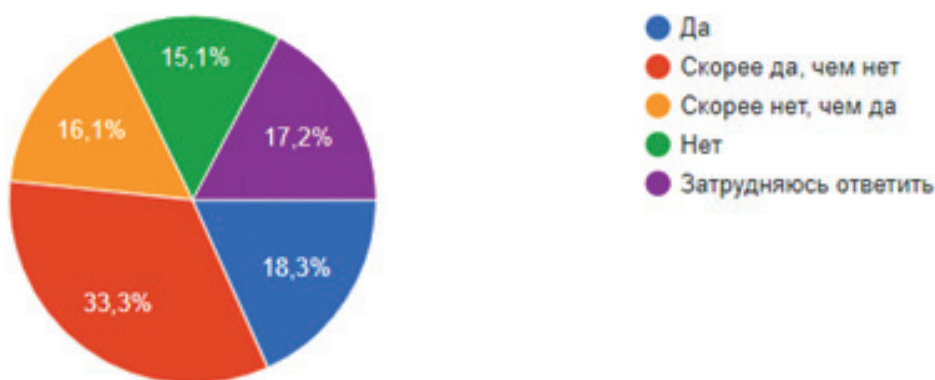


Рисунок 4. Ответы респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы, что политическая активность в социальных сетях усиливает оппозиционные настроения общества к действующей власти?»

Данный показатель говорит о том, что оппозиционная активность обеспечивает воздействие на деятельность государства, оказывая положительный эффект для общества, негативный – для Правительства.

Важным элементом социальной вовлеченности в политику является политическая позиция общества, которая достаточно динамично и легко может меняться под воздействием популизма, манипулирования, пропаганды, распространяющихся в социальных сетях.

Как уже было отмечено, уровень доверия респондентов к социальным сетям выше, чем к традиционным СМИ, которые, в условиях глобализации, с каждым годом отходят на второй план. Чтобы выяснить, насколько получаемая информация из социальных сетей влияет политическую позицию респондентов, им был задан следующий вопрос (см. Рисунок 5).

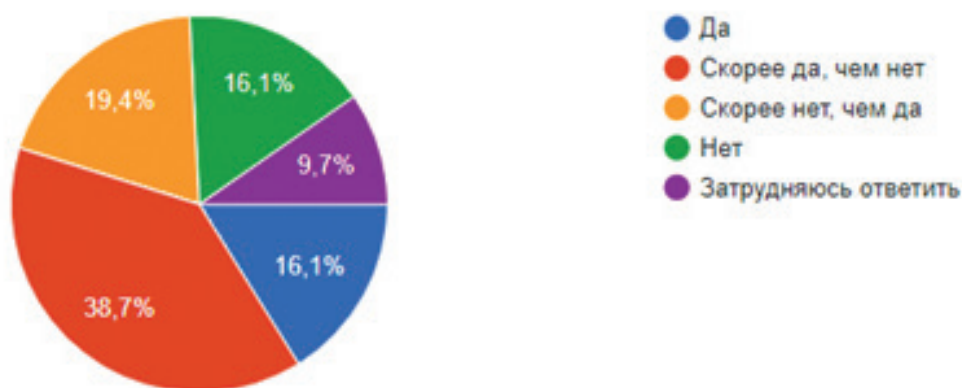


Рисунок 5. Ответы респондентов на вопрос: «Как Вы считаете, влияет ли получаемая информация на вашу политическую позицию?»

Большее половины респондентов (54,8%) отметили, что в сложившейся политической культуре модернизация социальных сетей помогает проявить политическую позицию респондентов, воспринимая происходящее в адекватной форме. Таким образом, получаемая информация из социальных сетей прямо или косвенно оказывает влияние на политическую позицию общества, и, несомненно, будет вовлекать все большее количество пользователей социальных сетей в политику, формируя их политическую и гражданскую позицию.

Исходя из этого, мы видим, что в последние годы в мировых политических процессах усиливается влияние социальных сетей. Так, например, появляется свобода слова в СМИ, на страницах соцсетей возникают открытые дискуссии, возникают альтернативные точки зрения на различные политические вопросы. Более того, социальные медиа, как «новые СМИ», выступают одним из элементов социального контроля за деятельностью государства. В связи с этим, респондентам был задан вопрос «Усилилось ли влияние социальных сетей на политику Казахстана?» (см. Рисунок 6).

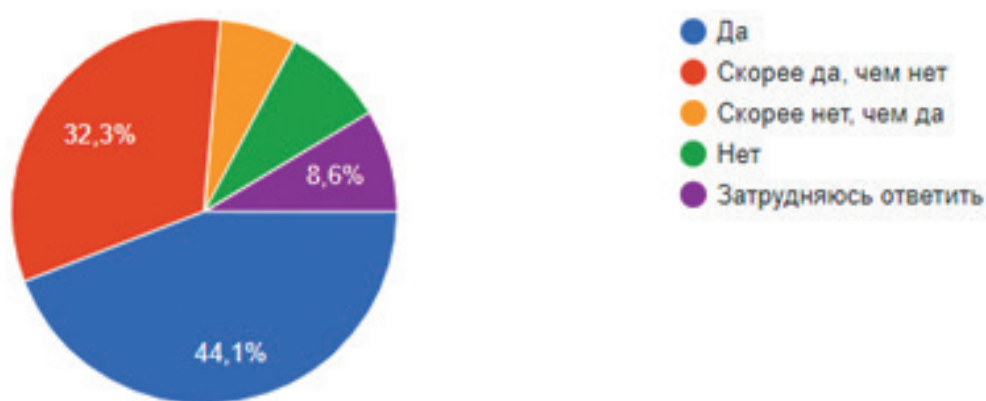


Рисунок 6. Ответы респондентов на вопрос: «Как Вы считаете, усилилось ли влияние социальных сетей как политического инструмента, на население Казахстана?»

Анализируя ответы респондентов на данный вопрос, можно сделать вывод, что подавляющее большинство респондентов, а именно 76,4%, положительно ответили на данный вопрос. Так, было отмечено, что влияние социальных сетей как политического инструмента на население Казахстана усилилось за последние несколько лет. При этом относительно низкий процент опрошен.

В целом, сложившаяся ситуация показывает, что за последние годы влияние социальных сетей на население увеличилось больше, чем на государственную политику, в связи с чем государством предпринимаются меры нейтрального характера в отношении населения.

Заключение

Результаты исследования показали, что социальные сети оказывают значительное влияние на политическое сознание населения, позволяя политическим институтам и гражданам напрямую взаимодействовать друг с другом. Так, «медиатизация» становится характерной чертой современного общества и подчеркивает роль новых медиа как инструмента общественного взаимодействия. В свою очередь, социальные медиа ежегодно привлекают широкий охват аудитории, благодаря чему они могут выступать в качестве эффективного средства политического влияния, воздействуя на поведение общества в онлайн и оффлайн форматах. Таким образом, политическая деятельность становится более прозрачной для населения.

Кроме того, по результатам анкетирования 76,4% респондентов отметили, что процесс вовлечения граждан в политическую жизнь общества Казахстана остается актуальным, демонстрируя высокий уровень вовлеченности в социальные сети. Если ранее диалог между государством и обществом был выстроен через традиционные СМИ, то развитие социальных медиа выдвинуло это взаимодействие на новый уровень, в связи с чем пользователи социальных сетей являются полноценными политическими акторами, которые непосредственно могут влиять на изменение политической среды.

В целом анализ показал, что социальные медиа являются действенным политическим инструментом, который в перспективе может стать современной и долгосрочной тенденцией. Большинство респондентов (54%) используют социальные сети для получения политической информации и дискуссий, что опосредованно влияет на их политическую позицию в обществе. Вследствие этого использование социальных сетей имеет положительную связь посредством политических коммуникаций в онлайн-сети.

При этом влияние социальных медиа на государственную политику Казахстана значительно меньше, чем на гражданское общество. Одной из причин является незнание политиками актуальных тем и дискурсов на различных платформах социальных сетей. Так, государству необходим комплексный подход к построению диалога государственной власти с населением сквозь призму социальных сетей, а также вовлечением населения в процесс принятия политических решений, который способен укрепить демократические принципы Казахстана.

Таким образом, настоящее исследование подтверждает гипотезы о том, что деятельность пользователей в Интернете имеет связь с политической вовлеченностью, а социальные сети постепенно трансформируются в незаменимый инструмент, позволяющий казахстанскому обществу эффективно и быстро доносить до органов власти свои интересы, в связи с чем данный вопрос будет становиться все более актуальным как для фундаментальных, так и прикладных исследований.

Список литературы

1. Bollenbacher, J., Loynes, N. & Bryden, J. Does United Kingdom parliamentary attention follow social media posts? // EPJ Data Sci. 2022. – Vol. 11 – Is.1. P. 1-14.
2. Dann, S., and Dann, S. E-marketing: theory and application: High. Educ. / Dann, S., and Dann, S. – UK: Palgrave Macmillan, 2011. – 496 p.
3. Boulianne S. Social Media Use and Participation: A Meta-analysis of Current Research // Information, Communication & Society. – 2015. – Vol. 18. –Is. 5. – P. 524–538.
4. Mysayeva K. Kazakhstan's New Media Development: Role of Social Media on Society // KazNU Bulletin. Journalism series. – 2016. – № 2 (40). – С. 1-26.
5. О Концепции информационной безопасности Республики Казахстан до 2016 года. ИПС «Әділет». [Электрон. ресурс]. – 2011. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1100000174> (дата обращения: 22.10.2022).
6. Количество СМИ в Казахстане растёт [Электрон. ресурс]. – 2022. – URL: https://el.kz/ru/kolichestvo_smi_v_kazakhstane_rastet_42929/ (дата обращения: 12.10.2022).
7. Кутбанбаева И. Н. Связь социальных медиа с политикой: текущее состояние и будущее развитие // Вестник «Исторические и социально-политические науки». – 2021. – №3 (66). – С. 204-209.
8. Популярные социальные сети в Казахстане. Октябрь 2022 // StatCounter [Электрон. ресурс]. – 2022. – URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/kazakhstan/#monthly-202109-202210-bar> (дата обращения: 25.10.2022).
9. Ковязина К., Сатова Д. Отчет по результатам оценки потребностей молодежи и женщин в вопросе использования гражданских технологий для решения социальных проблем // Исследовательский центр «PaperLab» [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://paperlab.kz/ispolzovanie-grazhdanskih-tekhnologij-dlya-resheniya-soc-problem> (дата обращения: 25.10.2022).
10. Политическое участие молодежи в Казахстане: роль цифровых технологий // Исследовательский центр «PaperLab» [Электрон. ресурс]. – 2022. – URL: <https://paperlab.kz/politicheskoe-uchastie-molodezhi-rol-cifrovyyh-tekhnologij> (дата обращения: 25.10.2022).
11. ЦБ: россияне слишком доверяют социальным сетям, и этим пользуются мошенники // Информационное агентство ТАСС [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://tass.ru/interviews/6577000> (дата обращения: 19.10.2022).
12. Байсалов Э. Анализ протестов в Казахстане за 2019-2022 годы // Central Asian Bureau for Analytical Reporting [Электрон. ресурс]. – 2022. – URL: <https://cabar.asia/ru/analiz-protestov-v-kazakhstane-za-2019-2022-gody> (дата обращения: 25.10.2022).

А.С. Дмитриева¹, Ж.Қ. Төлендинова², А.А. Умаров³

¹Астана халықаралық университеті, Астана, Қазақстан

²Парламентаризм институты, Астана, Қазақстан

³Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Әлеуметтік желілердің Қазақстанның қазіргі саяси жағдайына әсері

Аңдатпа. Бұқаралық ақпарат құралдарының цифровизациясы мен әлеуметтік желілердің әлемдегі қарқынды дамуы жұртшылықтың қоғамды алаңдататын, маңыздылығы жоғары экономикалық және саяси ахуал туралы білімін арттырды. Мақалада қазақстандықтардың саяси мінез-құлқының өзгеруін қалыптастыратын трансформациялаушы фактор ретінде әлеуметтік желілерді пайдалану ерекшеліктері қарастырылады. Автор танымал әлеуметтік желілер арқылы азаматтық қоғамның Қазақстанның саяси ортасымен өзара әрекеттесуін қарастырады. Атап айтқанда, шығарылған ақпараттың сапасына ерекше көңіл бөлінді, себебі әлеуметтік желілер арқылы саяси алдап-арбау жасау үшін кең мүмкіндіктер береді. Зерттеуді жүзеге асыру мақсатында ақпарат жинау әдісі арқылы 18 жастан 50 жасқа дейінгі қазақстандықтарға сауалнама жүргізілді, онда респонденттердің негізгі жас диапазоны 18 жастан 25 жасқа дейінгі аралықта шоғырланды. Жүргізілген талдаудың негізінде әлеуметтік желілердің қазақстандық қоғамның саяси көзқарасына әсерінің артуы анықталды, себебі респонденттердің көп бөлігі өздерінің саяси көзқарасын анықтауда әлеуметтік желілерден алған ақпаратқа сәйкес саяси көзқарастарын таңдауға шешім қабылдағанын

атап өтті. Нәтижелері қоғамның саяси көзқарасына әлеуметтік желілердің қалай әсер ететінін және қоғамның саяси өмірге енуіне немесе бас тартуына цифрлық медиа арқылы ықпал етуге болатынын көрсетеді.

Түйін сөздер: әлеуметтік желі, саяси сана-сезім, саяси белсенділік, цифрлық технология, азаматтық қоғам, жастар.

A.S. Dmitriyeva¹, Z.K. Tulindinova², A.A. Umarov³

¹*Astana International University, Astana, Kazakhstan*

²*Institute of Parliamentarism, Astana, Kazakhstan*

³*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

The influence of social media on the current political situation in Kazakhstan

Abstract. The digitalization of communication means and the rapidly development of social media in the world has led to the public being better informed about key political and economic issues of public concern. This study investigated the use of social media as a transformative agent in changing the political behavior of Kazakhstanis. The author examines the interaction of civil society with the political environment of Kazakhstan through popular social networks. More specifically, special emphasis is placed on the quality of the information produced, as social media provide a wide range of opportunities for political manipulation. As a research method, we use a questionnaire of Kazakhstanis aged 18 to 50 for the data collection, where the main age range of respondents was concentrated between 18 and 25 years. It is established that the effects of social media on the political stance of Kazakhstanis increase as the majority of the respondents agreed that they decided to choose political leanings according to the information perceived from social media. The findings highlight how social media influences political views and contribute to the understanding of how social media can involve or distract society in political life of the country.

Keywords: social media, political awareness, political involvement, digital technology, civil society, youth.

References

1. Bollenbacher, J., Loynes, N. & Bryden, J. Does United Kingdom parliamentary attention follow social media posts? *EPJ Data Sci.* 2022. Vol. 11. No.1. P. 1-14.
2. Dann, S., and Dann, S. *E-marketing: theory and application: High. Educ.* / Dann, S., and Dann, S. UK: Palgrave Macmillan, 2011, 496 p.
3. Boulianne S. Social Media Use and Participation: A Meta-analysis of Current Research // *Information, Communication & Society.* 2015. Vol. 18. No. 5. P. 524–538.
4. Mysayeva K. Kazakhstan's New Media Development: Role of Social Media on Society // *KazNU Bulletin. Journalism series*, 2016, No. 2 (40), P. 1-26.
5. О Концепции информационной безопасности Республики Казахстан до 2016 года, ИПС «Adilet» [On the Concept of Information Security of the Republic of Kazakhstan until 2016, LIS «Adilet»] 2011. Available at: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1100000174> [in Russian] (accessed 22.10.2022).
6. Kolichestvo SMI v Kazakhstane rastet [The number of media in Kazakhstan increase] 2022. Available at: https://el.kz/ru/kolichestvo_smi_v_kazakhstane_rastet_42929/ [in Russian] (accessed 12.10.2022).
7. Kutbanbaeva I. N. Svyaz' social'nyh media s politikoj: tekushchee sostoyanie i budushchee razvitie [Social media's relationship to politics: current status and future development], *Vestnik «Istoricheskie i social'no-politicheskie nauki»* [Bulletin «Historical and socio-political sciences»], 2021, No. 3 (66), P. 204-209 [in Russian]
8. Populyarnye social'nye seti v Kazakhstane. Oktyabr' 2022, StatCounter [Popular social networks in Kazakhstan. October 2022, StatCounter] 2022. Available at: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/kazakhstan/#monthly-202109-202210-bar> [in Russian] (accessed 25.10.2022).
9. Kovyazina K., Satova D. Otchet po rezul'tatam ocenki potrebnostej molodezhi i zhenshchin v voprose ispol'zovaniya grazhdanskikh tekhnologij dlya resheniya social'nyh problem, Issledovatel'skij centr

«PaperLab» [Report on the results of the assessment of the needs of young people and women in the use of civil technologies to solve social problems, «PaperLab» Research Center] 2022. Available at: <https://paperlab.kz/ispolzovanie-grazhdanskikh-tekhnologij-dlya-resheniya-soc-problem> [in Russian] (accessed 25.10.2022).

10. Politicheskoe uchastie molodezhi v Kazahstane: rol' cifrovyyh tekhnologij, Issledovatel'skij centr «PaperLab» [Political participation of youth in Kazakhstan: the role of digital technologies, «PaperLab» Research Center] 2022. Available at: <https://paperlab.kz/politicheskoe-uchastie-molodezhi-rol-cifrovyyh-tekhnologij> [in Russian] (accessed 25.10.2022).

11. CB: rossiyanе slishkom doveryayut social'nyim setyam, i etim pol'zuyutsya moshenniki, informacionnoe agentstvo TASS [CB: Russians trust social networks too much, and scammers use it, News Agency TASS] 2019. Available at: <https://tass.ru/interviews/6577000> [in Russian] (accessed 19.10.2022).

12. Bajsalov E. Analiz protestov v Kazahstane za 2019-2022 gody, Central Asian Bureau for Analytical Reporting [Analysis of protests in Kazakhstan for 2019-2022, Central Asian Bureau for Analytical Reporting] 2022. Available at: <https://cabar.asia/ru/analiz-protestov-v-kazahstane-za-2019-2022-gody> [in Russian] (accessed 25.10.2022).

Сведения об авторах:

Дмитриева Алёна Сергеевна – Әлеуметтік ғылымдар магистрі, Астана халықаралық университетінің әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар жоғары мектебінің оқытушысы, Астана, Қазақстан.

Төлендинова Жанар Қайыржанқызы – Парламентаризм институтының атқарушы директоры, Астана, Қазақстан.

Умаров Асхат Амангельдиевич – Әскери істер және қауіпсіздік магистрі, Әскери кафедра бастығының орынбасары Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Дмитриева Алёна Сергеевна – магистр социальных наук, преподаватель высшей школы социально-гуманитарных наук Международного университета Астана, Астана, Казахстан.

Тулиндинова Жанар Каиржановна – исполнительный директор Института парламентаризма, Астана, Казахстан.

Умаров Асхат Амангельдиевич – магистр военного дела и безопасности, заместитель руководителя военной кафедры Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Dmitriyeva Alyona Sergeevna – Master of Social Sciences, Lecturer, Higher School of Social Sciences and Humanities, Astana International University, Astana, Kazakhstan.

Tulindinova Zhanar Kairzhanovna – Executive Director of Institute of Parliamentarism, Astana, Kazakhstan.

Umarov Askhat Amangeldievich – Master of Military Affairs and Security, Deputy Head of the Military Department, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.