

УДК 323.1

ҚАЗІРГІ ЖАҒАНДАНУ ЖАҒДАЙЫНДА ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИАНЫҢ ЭТНОСАЯСИ ПРОЦЕСТЕРГЕ ӘСЕРІ

Блялова Данагуль Турсунбековна

danagul@list.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану факультетінің
Этносаясаттану бағдарламасының 1 курс магистранты, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі - Б. Бюлегенова

Қазақстан Республикасының Конституциясында «ортақ тарихи тағдыр біріктірген Қазақстан халқы, байырғы қазақ жерінде мемлекеттілік құра отырып, еркіндік, теңдік және татулық мұраттарына берілген бейбітшіл азаматтық қоғам деп ұғына отырып» деп жазылған [1]. Демек, қоғамдық келісім, теңдік, еркіндік мемлекет дамуының басты бағдары болып қала бермек.

Бүкілқазақстандық бірліктің бірегей моделін қалыптастыруда Қазақстан халқы Ассамблеясы (ҚХА) маңызды рөл атқарады. ҚХА-ның – басты міндеті мемлекеттік ұлттық саясатты іске асыру, Қазақстан Республикасындағы қоғамдық-саяси тұрақтылықты қамтамасыз ету, мемлекеттік және азаматтық қоғам институттарының этносаралық қатынастар саласындағы өзара іс-қимылының тиімділігін арттыру [2]. Адамдар, топтар, этностар арасындағы қарым-қатынас технологиялардың дамуы нәтижесінде жаңа сипатқа ие болды. Интернетке қолжетімділіктің арқасында азаматтардың өзара коммуникациясы онлайн форматта жиі көрініс табады. Осы ретте әлеуметтік желілердің біріктіруші факторы маңызды роль атқарады. Пайдаланушылар тұрғылықты жеріне қарамастан, қызығушылықтары, ізденістері және көзқарастарының ұқсастығы бойынша онлайн-қауымдастықтар құрады, сөйтіп, өзара пікір алмасып, әлеуметтік желінің контентін жасайды.

Жоғарыда аталған жағдайларды назарға ала отырып, қазіргі жаһандану кезінде әлеуметтік медианың атқаратын ролін жоққа шығаруға болмайды. Әлеуметтік медиа –

(ағылш. social media) – онлайн-технология арқылы пайдаланушылардың бір-бірімен байланыс орнатып, тұтыну контентін жасауына мүмкіндік беретін интернет-ағандар [3]. 2021 жылы әлемде әлеуметтік желілерді пайдаланушылардың саны 4,62 миллиард адамға жеткен. Digital 2022 Global Overview Report жаһандық зерттеуінің қорытындысы көрсеткендей, әлемде әрбір 13 секунд сайын бір адам әлеуметтік желілерде тіркеліп, жеке парақшасын ашады [4]. Бұл ғаламдық үдерістен қазақстандықтар да сырт қалған жоқ. Ел азаматтары Facebook, Telegram, Twitter, Youtube, Instagram, Вконтакте желілерін кеңінен қолданады. Зерттеу жұмысының мақсаты – әлеуметтік медиадағы аудиторияның этносаясат тақырыбындағы коммуникация үдерістерін зерттеу.

Ата заңға сәйкес, елімізде әркім өзінің қай ұлтқа, қай партияға және қай дінге жататынын өзі анықтауға және оны көрсету-көрсетпеуге хақылы. Сондай-ақ, әркімнің ана тілі мен төл мәдениетін пайдалануға, қарым-қатынас, тәрбие, оқу және шығармашылық тілін еркін таңдап алуға құқығы бар[1]. Осы тұрғыда әлеуметтік желілер пайдаланушыға кез-келген тақырыпта еркін пікір білдіруге жол ашады.

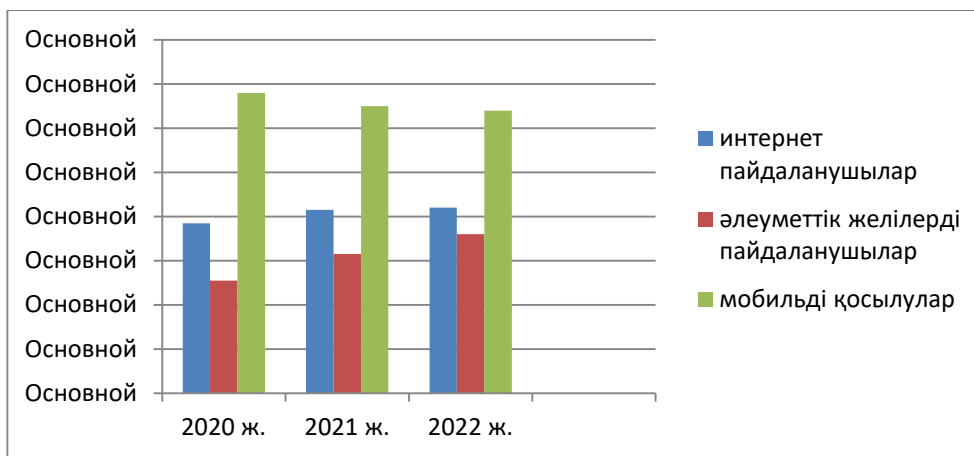
Әлеуметтік желілердің этносаралық қатынастарға тигізетін әсерін бұрынғы Кеңес одағының құрамында болған елдерде көптеген авторлар зерттеп келеді. Алайда Қазақстанда бұл мәселені терең қарастырған еңбектер кездеспейді.

Әлеуметтік медианың дәстүрлі ақпарат құралдарынан айырмашылығы аудиторияның елде болып жатқан саяси және экономикалық оқиғаларды талқылауға белсенді қатыса алатындығында. Интернет кеңістіктегі пікір көшбасшыларының аудиториялары қандай да бір проблематикаға деген көзқарастар ұқсастығына қарай қалыптасады.

Бүгінгі таңда Қазақстанда 130-дан астам ұлт пен ұлыс тұрады. Елімізде өмір сүретін ұлттардың өз тілі мен ділін, салт-дәстүрлерін сақтауға жағдай жасалған. Қазір республикада 367 этномәдени ұйым бар, соның ішінде 14-і – республикалық, 42-сі – филиал және өкілдіктер, 311-і – жергілікті этномәдени ұйым. Бұған қоса, орта және жоғары оқу орындарында 40 ҚХА кафедрасы жұмыс істейді [2]. Зерттеудің басты идеясы – әлеуметтік медиадағы этносаяси дискурсты талдау және аудиторияның қабылдау сипатын қарастырып, ұсыныстар әзірлеу.

Бұл сұрақты объективті зерттеу үшін пабликтер, пікір көшбасшыларының аккаунт-парақшаларына және олардың этносаяси процестер тақырыбында жасаған жарияланымдарына, талқылауға қатысушылардың (пайдаланушылардың комментарийлері) пікірлеріне контент-талдау жасау қажет. Бұл ақпаратты қабылдау/түйсіну/пікір қалыптастыру деңгейі бойынша (толеранттылық, бейтараптық, агрессивтілік) аудиторияны жіктеу (классификациялау) үшін, халық арасындағы көңіл-күйлерді анықтау үшін керек.

Әлеуметтік медиа аудиториямен коммуникацияның негізгі желісіне айналды. Бүгінгі күннің өзекті жаңалықтарын қазақстандықтар ресми сайттардан емес, әлеуметтік желілер мен мессенджерлерден оқып, көріп, білетін болды. Жалпы, Қазақстанда әлеуметтік желілерді пайдаланушылардың саны жыл сайын өсіп жатқаны байқалады. Мысалы, 2020 жылы 18,75 миллион халықтың 77 проценті интернетті және 51 проценттен астамы әлеуметтік желілерді пайдаланған. 2021 жылы интернет пен әлеуметтік желілерді пайдаланушылардың жалпы халық санындағы (18,89 миллион адам) үлесі тиісінше 5 процентке және 26 процентке көбейіп, көрсеткіштер 83 процентке және 63 процентке жетті. Ал 2022 жылы 1,1 проценттік және 15 проценттік өсім тіркеліп, интернет пайдаланушылар жалпы халық санының (19,10 миллион адам) 84 және 72 процент көлеміндегі үлесін құрады [5].



Аудиторияның ұлғаюы ауылды аймақтардың интернетпен қамтылу деңгейімен байланысты. Ондағы халықтың 90 процентке жуығы қазақ тілді. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының мәліметтеріне сәйкес, елімізде 6-74 жастағы халықтың жалпы санынан Интернет желісін пайдаланушылардың саны бойынша барлық аймақтарда тұрақты өсім тіркелді [6]. Атап айтқанда, ең жоғары өсім көрсеткіштері қазақ тілді халық көп қоныстанған Қызылорда, Жамбыл, Маңғыстау, Оңтүстік Қазақстан және Түркістан облыстарында байқалады. Бұл өңірлерде интернетке деген қолжетімділік жақсара түскенін көрсетеді. Сондай-ақ, смартфонның болуы азаматтардың әлеуметтік желілердегі белсенділігін арттырушы жағдай деп қарастырылады. Нәтижесінде, әлеуметтік желілерде қазақ тілді аудитория ұлғайып, тиісінше осы аудитория қажет ететін контент те көбейген.

Қазақстанның ақпараттық кеңістігі орыс тілді және қазақ тілді негізгі екі сегменттен тұратынын атап өту қажет. 2013 жылы «Стратегия» Әлеуметтік және саяси зерттеулер орталығы Қазақстандағы Ф.Эберт қорының қолдауымен жүргізген «Қоғамдық-саяси бағыттағы қазақ тілді интернет-БАҚ: ағымдағы жағдайы, проблемалары және даму үдерістері» деген тақырыптағы әлеуметтік зерттеудің қорытындыларын жариялады. Оған сәйкес, қазақ тілді контент көбінесе идеологиялық сипатқа ие. Қазіргі уақытта елімізде әлеуметтік медианың дамуымен осы бағыттағы талқылаулар, пікір алмасулар кең ауқымға ауысты. Қазақ тілді пайдаланушылардың қандай да бір оқиғаларға қатысты білдірген пікірлерінде ұлттық аспект жиі байқалады. Кейде ондай талқылаулар жекелеген тұлғалар тарапынан өзге ұлт өкілдеріне қатысты өткір ой білдіруге ұласып жатады. Әлеуметтанушы Гүлмира Илеуованың пікірінше, этносаралық коммуникациядағы агрессияның астарында ұрпақтар көзқарасындағы өзгерістер жатыр. «Тәуелсіздік ұрпақтарының» құндылықтар жиынтығында «ұлттар достығы» деген түсінік болмауы да мүмкін. «Экономикалық ахуал нашарлаған кезде оның себебін адам өзінен емес өзгеден іздейді. Кінәліні табуға тырысады. Осы жерде өзге этникалық топ өкілдері айыптылар қатарына жатқызылуы мүмкін», - дейді әлеуметтанушы [7]. Этносаралық қақтығыстарды күшейтуге көп жағдайда блогерлер, пікір көшбасшыларының айтқан ойлары да әсер етуі мүмкін. Әлеуметтік желіде ауқымды аудиториясы бар аккаунт иелері кей жағдайда жазылушылар санын көбейту мақсатында қоғамдағы өткір тақырыптарды қозғап жатады. Қазақстанда блогерлер бұқаралық ақпарат құралдарына теңестірілмеген. Алайда ұлтаралық араздықты тудыратын ақпарат таратқаны үшін отандық заңнамада жауапкершілік қарастырылғаны туралы көбі бейхабар. Қазақстан Республикасының Қылмыстық Кодексінің 174 бабында «әлеуметтік, ұлттық, рулық, нәсілдік, тектік-топтық немесе діни алауыздықты қоздыруға, азаматтардың ұлттық ар-намысы мен қадір-қасиетін не діни сезімдерін қорлауға бағытталған қасақана әрекеттер, сол сияқты азаматтардың дінге көзқарасы,

тектік-топтық, ұлттық, рулық немесе нәсілдік қатыстылығы белгілері бойынша олардың айрықшалығын, артықшылығын не толыққанды еместігін насихаттау, егер бұл іс-әрекеттер жария немесе бұқаралық ақпарат құралдарын немесе телекоммуникациялар желілерін пайдалана отырып, сол сияқты әлеуметтік, ұлттық, рулық, нәсілдік, тектік-топтық немесе діни алауыздықты насихаттайтын әдебиетті немесе өзге де ақпарат жеткізгіштерді дайындау немесе тарату жолымен жасалса, екі мыңнан жеті мыңға дейінгі айлық есептік көрсеткіш мөлшеріндегі айыппұл салуға не екі жылдан жеті жылға дейінгі мерзімге бас бостандығын шектеуге не сол мерзімге бас бостандығынан айыруға жазаланады» деп жазылған [8]. Мысалы, Петропавл қаласының 37 жастағы тұрғыны әлеуметтік желідегі өзінің парақшасында экстремистік сипаттағы материал жариялап, ұлтаралық араздықты тудыратын пікір жазған. Ер адамның бұл әрекетін филологиялық сараптама қорытындысы растады. Соттың шешімімен азамат 7 жылға бас бостандығынан айырылды [9]. Бұл оқиға қазақстандықтардың әлеуметтік желілерді пайдалану сауаттылығынан хабар беретіні сөзсіз.

Көрші мемлекеттермен салыстырмалы талдау жасайтын болсақ, интернетте және әлеуметтік желілердің алаңдарында ауқымды аудиториясы бар парақша иелерінің статусын айқындау мәселесі қарастыруды талап ететінін атап өтуге болады. Мысалы, Ресей Федерациясында аудиториясы «тәулігіне 3000 пайдаланушыдан асатын» интернет-ресурстардың (сайттар, блогтар және т.с.с.) иелері Байланыс, ақпараттық технологиялар және бұқаралық коммуникациялар саласындағы бақылау қызметінде тіркелуге міндетті [10]. Қазақстанда осы мәселе бұқаралық ақпарат құралдарының қызметін реттейтін заңнамада көрініс таппаған. Осы ретте әлеуметтік медиаға қатысты нақты түсініктер жиынтығын бекітіп, пайдаланушылардың жеке аккаунттарын классификациялау қажеттілігі туындайды.

Президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» тұжырымдамасын жүзеге асыру нәтижелері билік пен қоғам арасында ашық диалог орнатуға болатынын көрсетіп отыр. Ал «Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру жолы» Жолдауы қазақстандықтардың көкейінде жүрген мәселелеріне жауап беріп, ел дамуы үшін ұлтты ұйыстыра түсті. Осы ретте мемлекеттің идеологиялық, ақпараттық, әлеуметтік саясатын халыққа түсіндіру бойынша іс-қимылдарға әлеуметтік желілердегі пікір көшбасшыларын қатыстыру маңыздылығы туындайды. Мемлекеттік аппарат және аудиториясы көп блогерлермен ашық пікір алмасу алаңдарын құру қоғам мен билік арасындағы диалогты жетілдіре түсуге мүмкіндік береді.

Жалпы алғанда, қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілердегі этносаралық қатынастар тақырыбындағы жарияланымдар мен пікір алмасулар жеткілікті деңгейде толеранттылық сипатқа ие екенін атап өту қажет. Ақпараттық кеңістіктегі этносаралық коммуникацияда өзара түсіністік пен келісім құндылықтарының басымдығы біртұтас ұлт қалыптастырудағы мемлекеттік саясаттың нәтижесі деуге негіз бар.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы (1995 жылы 30 тамызда республикалық референдумда қабылданды) (10.03.2017 ж. өзгерістер мен толықтырулармен) // https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K950001000_
2. Қазақстан халқы Ассамблеясының ресми сайты // <https://assembly.kz>
3. Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. СПб.: Питер, 2010. 450 б.
4. Digital 2022 Global Overview Report // <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

5. Digital 2021 Global Overview Report // <https://datareportal.com/digital-in-kazakhstan>
6. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының ресми сайты // https://gender.stat.gov.kz/page/frontend/detail?id=103&slug=6-74&cat_id=11&lang=ru
7. «Стратегия» Әлеуметтік және саяси зерттеулер орталығының ресми сайты // <https://www.ofstrategy.kz/ru/research/socialresearch/item/791-chislo-mezhnatsionalnykh-konfliktov-budet-rasti>
8. Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексі 2014 жылғы 3 шілде № 226-V ҚРЗ. // <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1400000226>
9. Qyzyljar news ақпараттық порталы // <https://qyzyljarnews.kz/2379/ultaralyk-arazdyk-tudyratyn-pikir-zhazgan-petropavldyk-7-zhylga-sottaldy/>
10. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 29.07.2017 г.) // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31543480