

3. Қазақстан Республикасының Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі / Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуының көрсеткіштері: Статистикалық жинақ. – Астана, 2023. – 210 б.

4. Сұлтанов Б.Қ. Қазақстан және әлемдік қоғамдастық: көпжақты дипломатияның басымдықтары. – Алматы: КИСИ, 2018. – 180 б.

5. Қазақстан Республикасының сыртқы саясат тұжырымдамасы (2014–2020 жж. және 2020–2030 жж.). – Астана: ҚР СІМ, 2014/2020.

6. Ысқақов Қ.Р. Еуразиялық кеңістіктегі геосаясат және Қазақстанның транзиттік әлеуеті. – Алматы: Экономика, 2022. – 195 б.

7. Мәуленов Қ.С. Қазақстан Республикасының сыртқы экономикалық саясаты. – Алматы: Дарын, 2019. – 240 б.

8. Әріпбайұлы М. Аймақтық қауіпсіздік: Сын-қатерлер мен жауаптар. – Астана: Парасат, 2021. – 150 б.

## **Z – БУЫНЫНЫҢ САЯСИ БЕЛСЕНДІЛІГІНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДІҢ РӨЛІ МЕН ҢҚПАЛЫ**

**Қият Х.А.**

Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды ұлттық зерттеу университетінің Саясаттану оқу бағдарламасының студенті, Қазақстан

*e-mail:* [khaknazarkiyat@gmail.ru](mailto:khaknazarkiyat@gmail.ru)

*Ғылыми жетекші-* т.ғ.к, қауымдастырылған профессор

Г.А. Жумасултанова

Қазіргі таңда цифрлық технологиялар қоғамдық-саяси өмірдің барлық саласына терең еніп, әсіресе жас ұрпақтың әлемді қабылдауы мен өзара әрекеттесу тәсілін түбегейлі өзгертті. Z буыны (шамамен 1997-2012 жылдар аралығында туғандар) [1] – интернет пен әлеуметтік желілерді өмірінің ажырамас бөлігі еткен [2] "цифрлық тұрғындар" болып табылады. Олар ақпаратты тез қабылдайды және өз ойларын ашық білдіруге бейім деген пікір бар [3].

Әлеуметтік желілер (TikTok, Instagram, Telegram) тек ақпарат алмасу алаңы ғана емес, сонымен қатар саяси дискуссияға және қоғамдық пікір қалыптастыруға арналған күрделі құралға айналды [4]. Z буынының әлеуметтік желілердегі белсенділігі олардың саяси санасына, көзқарасына және сайып келгенде, мемлекеттің болашағына айтарлықтай ықпал етуде. Осы тұрғыда, жаһандану мен цифрлық трансформация жағдайында олардың саяси белсенділігінің сипатын, оған әлеуметтік желілердің тигізетін оң және теріс әсерін зерттеу өзекті болып табылады.

Құндылықтары, ойлау және мінез-құлық ерекшеліктеріне келетін болсақ, Z буынының өкілдері технологияны өте жақсы меңгерген. Олардың ақпаратты қабылдау ерекшелігі – бұл "клиптік сана" немесе "клиптік ойлау"[5]. Бұл олардың ақпаратты қысқа сегменттерде, жылдам өңдеуге бейім екенін, бірақ зейінін шоғырландыру қабілеті төмендеуі мүмкін екенін білдіреді. Олар бір уақытта бірнеше істі қатар орындауға бейім (көп тапсырмалылық). Құндылықтарға келетін болсақ, қазақстандық жастар үшін ең бастысы – отбасы (~80%) және денсаулық (~63%) болып қала береді [3]. Дегенмен, олар инклюзивтілікті, ашықтықты, әділеттілікті және еркіндікті жоғары бағалайды және әлемді өзгертетініне сенеді. Бұл буын көшбасшылыққа ұмтылысымен де ерекшеленеді.

Ақпараттық технологиялар Z буынының жастар өмірінде өте маңызды және ең басты кілт болып табылады. Z буынының ақпаратты тұтыну әдеттері дәстүрлі медиадан жаңа медиа платформаларына ауысқан. Олар ақпараттық кеңістікте өз пікірлерін жариялауда маңызды рөл атқарады. Бұл олардың ақпаратты манипуляциялауға, әсіресе фейк жаңалықтардың таралуына ықпал ету мүмкіндігін арттырады деген ой бар [2].

Әлеуметтік желілер (Facebook, Instagram, TikTok, Telegram) ақпаратты таратудың, жеткізудің және қабылдаудың негізгі механизміне айналды. Бұл платформалар арқылы саяси жаңалықтар тез тарап, жастардың саяси көзқарасы жедел қалыптасады. TikTok-тағы қысқа видеолар, мемдер және инфографика сияқты визуалды контенттер клиптік санаға ие Z буыны үшін ақпаратты тиімді жеткізу құралы болып табылады [4]. Мысалы, Telegram саяси наразылық пен ұйымдасу үшін жабық және жылдам арна ретінде, ал TikTok әлеуметтік-саяси акцияларды кеңінен тарату үшін қолданылады.

Әлеуметтік желілер қоғамдық пікірді қалыптастыруда өте күшті. Мысалы, Қазақстандағы "экс-министрдің ісі" сияқты резонанстық оқиғаларға байланысты зорлық-зомбылыққа қарсы акциялардың

ұйымдастырылуына әлеуметтік желілердің әсері зор болды. Алайда, оның кері жағы – ақпараттық манипуляция мен фейк жаңалықтардың таралуы. Әлемдік саясаттағы (мысалы, АҚШ-тағы Президент сайлауы немесе "Араб көктемі") және Қазақстандағы "қаңтар оқиғасы" кезіндегі ақпараттық вакуумнан кейінгі әлеуметтік желілердегі пікірлердің таралуы қоғамның саяси көңіл-күйіне тікелей әсер етті [4]. Сайлауалды үгіт-насихат жұмыстары кезіндегі манипуляция азаматтардың дұрыс таңдау жасауына, тіпті шешімдерді дербес қабылдауына кері әсерін тигізуде.

Енді, инфлюенсерлер мен блогерлердің саяси әсеріне келетін болсақ, инфлюенсерлер қазіргі заманда жастар үшін дәстүрлі саясаткерлерден гөрі сенімдірек және қолжетімді ақпарат көзі. Олардың үлкен аудиториясы саяси мәлімдемелер мен белгілі бір көзқарастарды тез таратуға мүмкіндік береді. Алайда, бұл жағдай блогерлердің қаржы пирамидаларын жарнамалауы немесе алаяқтық әрекеттері сияқты мәселелерге де әкелді. Сондықтан 2024 жылы Қазақстанда "Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы" заң қабылданды [6].

Z буынының саяси белсенділігі дәстүрлі митингілерден гөрі, цифрлық платформалардағы жылдам әрекеттермен сипатталады. Онлайн-петициялар әділеттілікке қол жеткізудің жеңіл және тиімді жолы ретінде жиі қолданылады. Флешмобтар мен челленджер жастардың саяси наразылығын немесе қолдауын білдірудің креативті әдісіне айналған. Мысалы, 2019 жылғы экологиялық мәселелерге арналған, нақтырақ болсақ табиғаттағы қоқыстанған кеңістікті тазалауға арналған интернеттегі челлендж - "#Trashtag" хэштегі. Бұл әлеуметтік желілердегі вирустық хэштегтер ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік желілерден де асып түседі. Бірақ пайдаланушыларды орындарды тазалауға шақыратын онлайн сынақ он мыңдаған адамдардың дәл осылай істегенін көрді. "Trashtag Challenge" -де пайдаланушылар қоқыс толтырылған орынды таңдап, оны тазалап, дейін және кейін суреттерін жариялайды. Волонтерлер жағажайларды, саябақтарды және жолдарды қоқыстан тазартты, сонымен қатар біз шығаратын пластик қоқыстардың саны туралы хабардар етті [7].

Z буыны жаһандық ақпараттық кеңістікте өскендіктен, олардың саяси белсенділігі халықаралық трендтермен тығыз байланысты. Мысалы, Гонконгтағы көтеріліс немесе нәсілшілдікке қарсы қозғалыстар сияқты әлемдік оқиғалар әлеуметтік желілер арқылы жастарға тез жетіп, олардың өз еліндегі саяси процестерге деген көзқарасын қалыптастырады.

Z ұрпағының цифрлық белсенділігінің оң жағы – саясатқа қатысудың шегі төмендеді, көпшіліктің пікірі ескеріледі және ақпаратты алу жылдамдығы мен еркіндігі артты [2]. Алайда, негативті жақтары да бар. Ең бастысы – бұл "диван саясаткерлігі"<sup>1</sup>. Сонымен қатар, ақпараттың жылдамдығы ақпаратты үстірт қабылдауға және фейк жаңалықтарға сенуге әкеледі. Технологияға тәуелділік (гаджеттерге, желідегі қарым-қатынасқа және әлеуметтік желідегі "міндетті түрде сәтті өмір" стандарттарымен салыстырудың салдарынан туындаған стресс, депрессияға бейімділік те жиі байқалады [5].

Отандық ғалымдарының зерттеулері нәтижелері Z буынының саяси белсенділігінде әлеуметтік желілердің шешуші рөл атқаратынын көрсетті. Мысалы, Нархоз Университетінің 2018 жылғы зерттеуі көрсеткендей, жастар (14-17 жас) технологиялардың, соның ішінде әлеуметтік желілердің өмірдегі және мансаптағы әлеуетін жоғары бағалайды [8].

Бұл жастардың клиптік ойлауы, көп тапсырмалылығы және еркіндікке ұмтылысы оларды дәстүрлі емес, жылдам және визуалды ақпаратқа негізделген онлайн-белсенділікке итермелейді. Әлеуметтік желілер саяси сананы қалыптастырудың негізгі құралына айналғанымен, бұл сонымен бірге фейк жаңалықтарға [1] және манипуляцияға осалдықты арттырады. Олар әділеттілікке ұмтылады, бірақ бұл белсенділік көбінесе онлайн-петициялар және флешмобтар деңгейінде қалып қояды. Олардың белсенділігінің негізгі қайнар көзі – жылдам әрекет ету және өз пікірін еркін білдіру мүмкіндігі.

Z буыны алдағы жылдары қоғамдағы және саяси өмірдегі көшбасшылыққа келе бастайды. Олардың цифрлық сауаттылығы және жаһандық мәселелерге деген жоғары санасы саясатты жаңғыртуға, ашықтық пен әділеттілікті арттыруға мүмкіндік береді. Олардың әкелетін өзгерістері технологияларға негізделіп, саяси процестердің цифрлық түрде жүргізілуіне және ақпараттың тез таралуына әкеледі. Бұл ұрпақ саяси шешімдердің қабылдануында ашықтық пен есеп берушілікті талап ететін болады.

Білім беру жүйесінде Z буынының ақпараттық гигиенасын, фейк жаңалықтарды анықтау және сыни ойлау дағдыларын дамыту бойынша арнайы курстар енгізу қажет. Бұл оларды ақпараттық манипуляциядан қорғайды. Мемлекеттік органдар әлеуметтік желілерді жастармен тікелей және

<sup>1</sup>Диван саясаткерлігі - нақты іс-әрекетке бармайтын, бірақ үйінде (диванда) отырып алып, мемлекеттік маңызды мәселелерді қызу талқылайтын, сынайтын және «ақыл айтатын» адамдарды сипаттау үшін қолданылады.

ашық диалог құрып, мемлекеттік саясатқа қатысты қарапайым және визуалды контент тарату үшін белсенді қолдануы тиіс. Бұл жастардың сенімін арттырады. Жастардың онлайн-петициялардағы белсенділігін нақты әлеуметтік және саяси іс-әрекеттерге бағыттайтын жобалар мен ұйымдарды қолдау қажет екеніне сенемін.

Қорытындылай келе, Z буыны –әлемді өзгертуге құштар, саяси санасы жоғары ұрпақ, бірақ гаджетке тәуелділігі бар екенін байқауға болады. Әлеуметтік желілер олар үшін үн қатудың күшті құралы. Осы құралды тиімді пайдаланып, теріс әсерінен қорғау арқылы ғана Қазақстанның болашақ саяси элитасының саналы және жауапкершілігі жоғары болып қалыптасуын қамтамасыз етуге болады.

### Әдебиеттер тізімі

1. «Z» ұрпақ деген кім, «A» буынның ерекшелігі қандай? [Электронды ресурс] - 7-su.kz ақпараттық порталы 2025. – Режим доступа: <https://7-su.kz/janalyqtar/rwhaniyat/z-urpaq-degen-kim-a-buynyn-ereksheligi-qandai-69150/>.
2. Ербосынова С.З., Болатхан А.Б. Жастар және жаңа медиа: Z буынының ақпаратты тұтыну әдеттері. [Электронды ресурс] – Qazaq Journal of Young Scientist. – Vol. 3, No. 6, June 2025. – Қолжетімді: <https://qazaqjournal.kz/article/view/287/256>
3. Z ұрпағы: Жаңа құндылықта әлде ескі қағидалардың жаңа формасы ма? [Электронды ресурс] - El.kz 2025. - Қолжетімді: [https://el.kz/z-urpagy-zhana-qundulyqta-alde-eski-qagidalardyn-zhana-formasy-ma\\_400039727/](https://el.kz/z-urpagy-zhana-qundulyqta-alde-eski-qagidalardyn-zhana-formasy-ma_400039727/)
4. Жампетова, А.О. Құндылықтар жүйесі және оның Z буынындағы көрінісі. – Алматы, 2024. - Б.156
5. Әшірбекова Г., Берекетова А., Жақсылық А. Әлеуметтік желілердің қоғамдық санаға әсері // ЕНУ хабаршысы. Журналистика сериясы. – 2024. - № 2(147)- Б.8-24.
6. Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы [Электронды ресурс] – 2023 жылғы 10 шілдедегі № 18-VIII ҚРЗ Қазақстан Республикасының Заңы – Қолжетімді: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2300000018>
7. “#Trashtag: The online challenge cleaning places up” [Электронды ресурс] – BBC – 2019. - Қолжетімді: <https://www.bbc.com/news/world-47536861>
8. «Нархоз университеті» АҚ-ның 2018-2019 оқу жылы бойынша жылдық есебі [Электронды ресурс] – Алматы, 2019. – Қолжетімді: <https://research.narhoz.kz/wp-content/uploads/2020/11/narhoz-universitetini%D2%A3-zhyldy%D2%9B-esebi-2018-2019-o%D2%9Bu-zhyly.docx>

## МОЖЕТ ЛИ МЕДИАКОНТЕНТ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ УПРАВЛЯТЬ УСТАНОВКАМИ СТУДЕНТОВ?

**Кияшева А.С.**

студентка кафедры политологии и социологии,  
Карагандинский национальный исследовательский университет имени академика Е.А.  
Букетова, Казахстан  
e-mail: aruzhankiyasheva@gmail.com  
*Научный руководитель:* ст. преподаватель Карасева Н.В.

Сегодня студенческая молодежь Казахстана активно потребляет контент социальных сетей, таких как Instagram, TikTok, Threads, YouTube и Telegram. Медиаконтент этих платформ формирует не только информационное поле, но и оказывает влияние на ценности, социальные нормы и модели поведения студентов. В Казахстане 90% молодежи получают новости через социальные сети. Тема приобретает особую актуальность на фоне роста численности молодежи: к 2040 году увеличится количество людей в возрасте 20–24 лет, а доля молодежи в населении вырастет с 20% до 27% [1]. Привычка получать готовые интерпретации событий при низком интересе к происходящему усиливает эффект «информационного пузыря», создаваемого алгоритмами платформ.

Цифровые платформы создают среду, в которой визуальный и эмоциональный контент усиливает влияние социальных сетей на взгляды людей. Соцсети часто упрощают сложные социальные и культурные явления, демонстрируя их через яркие образы и эмоции. В результате