

4 Стратегия ФАО в отношении изменения климата // Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН. – Рим, 2017. – 52 с.

5 Абзалбек М.С. Мировой опыт обеспечения продовольственной безопасности и его использование в Казахстане // Московский экономический журнал. – 2017. – №1. – С.101-108.

## **ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР ЖҰМСАҚ КҮШТІҢ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ**

**Нұралиева Ж.Ж.**, магистрант

Ғылыми жетекшісі: т.ғ.к., профессор **Г.М. Смагулова**

Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті,  
Қарағанды қ.

Ғылыми-техникалық прогресс, ғаламдық Интернеттің пайда болуы және биполяр әлем тәртібінің ыдырауы әлемді екіге бөлуді қамтамасыз етті, жаһандану процесі жылдам қарқынмен дами бастады: халықтың, капиталдың, тауарлар мен қызметтердің көші-қоны, ақпарат беру жаһандық ауқымда мүмкін болды. Жаһанданудың белсенді дамып келе жатқан процесі халықаралық қатынастардың бірқатар жаңа акторларының әлемдік саяси процестерге тартылуына әкелді. Қырғи қабақ соғыс аяқталғаннан кейін қалыптасқан әлемдік тәртіпте аймақтық державалар, дамушы елдер, сондай-ақ дәстүрлі емес акторлар - үкіметаралық ұйымдар (АҰҰ), үкіметтік емес ұйымдар (ҰЕҰ), трансұлттық корпорациялар (ТҰК) өз ықпалын арттыра бастады. Бұл халықаралық қатынастардың акторлары дәстүрлі сыртқы саясат ресурстарын пайдалануда шектеулі немесе мұндай ресурстарға ие емес. Осыған байланысты олар үшін «жұмсақ күш» үлкен маңызға ие, оның құралдарын қажетті әскери немесе экономикалық әлеуеті бар мемлекеттер қолдана алатын «қатты күшке» қарсы сыртқы саяси мақсаттарды іске асыруда тиімді пайдалануға болды.

«Сендіру және жағымды қабылдауды қалыптастыруға бағытталған белгілі бір салалардағы ынтымақтастық арқылы өз мақсаттарын жүзеге асыру үшін басқа мемлекеттерге ықпал ету мүмкіндігі» деп анықталған жұмсақ күш халықаралық қатынастар мен жаһандық саяси процестерге әсер етудің толыққанды әдісіне

айналды және бірқатар мемлекеттер «жұмсақ күшті» өзінің сыртқы саяси стратегияларына біріктірді. Негізгі құралдары тартымды мәдениет, саяси құндылықтар және ақылға қонымды сыртқы саясат болып табылатын «жұмсақ күш» ұзақ уақыт бойы бұқаралық мәдениет пен бұқаралық ақпарат құралдары арқылы таратылды.

Алайда, Интернеттің таралуына және оның әлемнің көптеген мемлекеттерінде кең қол жетімділігіне байланысты «жұмсақ күш» әлеуетіне әсер ету мен іске асырудың маңызды құралы - бұл Интернетті пайдаланушылар белсенділігінің үлкен үлесі бар әлеуметтік желілер. Сонымен қатар, әлеуметтік медиа жаңалықтардың, саяси ақпарат пен аналитиканың маңызды көзіне айнала бастады.

Әлеуметтік медиа феноменін сипаттай отырып, ағылшын-американдық орыс және қазақ ғылымындағы терминологиялық айырмашылықтарға назар аудару керек. Ағылшын тілінде әлеуметтік желі сөзі, яғни әлеуметтік желі «әлеуметтік акторлар жиынтығынан (жеке тұлғалар немесе ұйымдар), екі жақты байланыстардың жиынтығынан және олардың, соның ішінде топтардың өзара әрекеттесуінің басқа түрлерінен тұратын әлеуметтік құрылым» деген мағынаны білдіреді. Қазақ тілінде «әлеуметтік желі» термині белгілі бір әлеуметтік құрылымды білдіру үшін де, осындай құрылымдарды құруға мүмкіндік беретін онлайн-қызметтерді көрсету үшін де қолданылады. Ағылшын тіліндегі терминологияда мұндай интернет-қызметтерге сілтеме жасау үшін әлеуметтік медиа ұғымы қолданылады. Орыс тіліндегі ғылыми мақалалар мен журналистикада «әлеуметтік медиа» терминін қолдануға болады, бірақ «әлеуметтік желі» термині жалпы қабылданған және жиі қолданылатын болып қала береді. Бұл жұмыста «әлеуметтік желі» және «әлеуметтік медиа» ұғымдары өзара алмастырылатын синонимдер ретінде қолданылады.

Сонымен, әлеуметтік желілердің тарихына тоқтала кетсек, неге әлеуметтік желілер қазіргі таңда «жұмсақ күштің» негізі құралы деген сұраққа жауап бере аламыз.

1970-ші жылдардың соңында адамдар бір-бірімен әңгімелесе алатын алғашқы электронды хабарландыру такталары пайда бола бастады. Әрине, сол кезде бүгінгідей ыңғайлы болған жоқ, бірақ адамдарды ғаламторда біріктірудің бұл алғашқы қадамдары еді. Келесі кезең, алғашқы «on-line» сервистердің пайда болуы еді. Әңгімелесуге арналған чатты жасаған бірінші компания

«CompuServe» болды. Сервисте әңгімелесудің бір сағатына 30 доллар төлеу керек еді, бұл осы компанияның негізгі кемшілігі болды.

Кейін жедел хабарламалар жүйесі пайда болды. Файлдарды жіберетін және чаттағы жедел әңгімелесудің бірінші сервисі, 1988 жылы «MultiUser Talk» программасын алмастырған IRC (Internet Relay Chat) болды. 1991 жылғы «Шөлдегі дауыл» әскери операциясын «on-line» режимінде бүкіл әлемнен келген хабарламалар трансляциясынан кейін «IRC»-дің кең танымла болды. «IRC» – дің негізгі кемшілігі — шектеулі қолдану болды.

1990 жылдардың ортасында «ICQ» құрылды, ол жеке компьютерлерге арналған жедел хабарламалар жеткізудің бірінші жүйесі болды. «ICQ»-дің негізін «Mirabilis» компаниясы қалады. Бүгінгі таңда ICQ – «Mail.Ru Group»-тың құрамына кіреді, 2012 жылдың наурыздағы көрсеткіш бойынша әлем бойынша 23.4 млн. қолданушысы бар. Әлеуметтік желілердің құрылуына келсек. Әлеуметтік желілердің пайда болуының басты себебі, ол әрине, адамдардың бір-бірімен әңгімелесуді қалауы. Достарыңмен тілдесу виртуалды әлемге көше бастады.

Әлеуметтік желілердің пайда болуы мен дамуына не түрткі болды? Әрине тез дамып келе жатқан интернет.

Интернеттегі әлеуметтік желінің бірінші аналогі 1995 жылы Рэнди Конрадс іске қосқан «Classmates» болып табылады. Сайттың аудармасы «Сыныптастар». Сайттың мақсаты, сыныптастарды және мектептегі достарды табуға мүмкіндік жасау. Бастапқыда сайт танымал емес еді, өйткені профильді жасау және достарды қосу функциялары болмады. Ал сайт қолданушылары тек білім беру мекемелерінің және сонда оқыған оқушылардың тізімін ғана көре алатын. «Classmates» әлеуметтік желілердің пайда болуына түрткі болды. Жоба нәтижелі болды, және де өз иелеріне табыс әкелді. Осыған қызығушылықпен қараған басқа адамдар өз әлеуметтік желілерін ойлап табуға кірісті. Бүгінгі күні сайт өз жұмысын жалғастыруда. Әлем бойынша сайттың қолданушылар саны 50 млн. Бүгінгі күні, біздің түсінігіміздегі бірінші толыққанды әлеуметтік желіні Эндрю Вейнрейх 1997 жылы іске қосқан «SixDegrees»-деп айтуға болады. Әлеуметтік желінің мақсаты «алты қолалысу» теориясын дәлелдеу еді.

Келесі әлеуметтік желілер «AsianAvenue», «MiGente», «BlackPlanet» 1997 және 1999 жылдары аралығында пайда болды. Функционалдығы жағынан алдындағылардан қатты өзгешелік

болмады. 1999 жылдың 18 наурызында америкалық студент-программист Брэд Фицпатрик «жанды журнал» – Livejournal-ды құрды. Ол ТМД елдерінде кең танымал болды. «Livejournal» бірінші болып топтарды құрып, хат алмасу мүмкіндігін еңгізді. Осыны біз бүгін барлық әлеуметтік желілерден байқай аламыз.

2004 жылы Марк Цукерберг «TheFacebook» әлеуметтік желісінің негізін қалады. 2005 жылдан бұл желі «Facebook» деп атала бастады. 2008 жылы «Facebook» әлеуметтік желісі әлемдегі ең танымал әлеуметтік желіге айналды, және де бүгінгі күнге дейін көштің басында. Бүгінгі күні «Facebook» әлем бойынша «Google»-дан кейін ең көп танымалдылыққа ие екінші интернет сайт.

2006 жылы Джек Дорси – «Twitter» жобасын іске қосты. Ол тез дамып келе жатқан жаңа әлеуметтік желіге айналды. «Twitter»-дің ерекшелігі, тек 140 символдан ғана тұратын хабарлама жаза аласыз. 2010 жылдан бастап сайттан видео, фото көруге мүмкіндіктері пайда болды. Бүгінгі таңда «Twitter» әлем бойынша ең көп қаралатын сайттардың 10-на кіреді.

Зерттеушілер Джонатан Обар мен Стив Уайлдманның айтуы бойынша «әлеуметтік медиа - бұл адамдар әлеуметтік желілерді және басқалармен әлеуметтік байланыстарды құру үшін пайдаланатын, олармен жеке және кәсіптік қызығушылықты, белсенділікті немесе материалды әлемдегі өзара әрекеттесуді жүзеге асыратын желілік платформа» [1, 745-750 б.].

Әлеуметтік медианы дәстүрлі медиадан ерекшелендіретін бірқатар маңызды ерекшеліктер бар. Біріншіден, онда жарияланған ақпараттың таралуы өте жылдам: қолданушылар арасында кеңінен танымал болған контент әлеуметтік желілерде әлдеқайда жылдам жылдамдықпен таралады және үлкен аудиторияға жетеді. Ірі әлеуметтік желілердің барлығында ақпаратты жедел таратуға, оған тез жауап беруге және оған деген көзқарасыңызды білдіруге мүмкіндік беретін бірқатар арнайы функциялар бар. Әлеуметтік медианың екінші маңызды ерекшелігі - оның қол жетімділігі. Барлық танымал әлеуметтік желілер өз қолданушылары үшін ақысыз және олар жаңа тіркеуге ең аз шектеулер қояды. Сонымен қатар, әлеуметтік медианы пайдалану мобильді құрылғыларға арналған арнайы қосымшалар арқылы жүзеге асырылуы мүмкін, олар веб-сайттың көшірмесін жасайды, ал кейбір жағдайларда оны толықтырады.

Әлеуметтік медиа бірнеше тәсілдермен ерекшеленеді және ақпараттың бірнеше түрін (мәтіндік ақпарат, фотосуреттер, бейнематериалдар, анимация) қамтиды, ал оларды пайдалану дербес компьютерлер мен мобильді құрылғылармен қамтамасыз етілген. Кейбір зерттеушілер Интернет-қауымдастықтарды әлеуметтік желілерге жатқызады, дегенмен, мәні бойынша әлеуметтік желілер топтарға емес, жеке тұлғаға бағытталған платформа ұсынады. Әлеуметтік медиа қолданушыларға өз ойлары мен ойларын көпшілікке арналған хабарламалар, мәтіндер (хабарламалар) және мәртебелер түрінде білдіруге, фотосуреттермен, бейнематериалдармен және музыкалық шығармалармен бөлісуге, басқа қолданушыларға өздерінің күнделікті өміріндегі әрекеттері мен болып жатқан оқиғалар туралы хабарлауға мүмкіндік береді.

Әлеуметтік желілерді құру мен дамытудың дәстүрлі тәсілдерінен айырмашылығы, онлайн қызметтер адамдарға ғаламшарға қол жетімді ғаламшардың кез келген шалғай бөлігіндегі адамдармен әлеуметтік байланыс орнатуға мүмкіндік береді. Байланыс орнатуға қызығушылық танытқан адамдарда әр жеке қызметтің саясатына және құпиялылық параметрлеріне байланысты мұндай қол жетімділік болуы мүмкін немесе болмауы мүмкін.

Әлеуметтік желілерде жарияланған ақпараттарды, сондай-ақ қолданушылардың белсенділігі мен іс-әрекеттерін талдау негізінде, әлеуметтік желілер бұқаралық ақпарат құралдарының бірқатар функцияларын орындай алатындығын, сонымен бірге қосымша нұсқаларды ұсына алатындығын атап өтуге болады. Бұл функцияларға ақпарат тарату, саяси талқылау алаңдарын ұсыну, саяси топтарды біріктіру құралдары және оларды жұмылдыру, сондай-ақ саяси имиджді өзгерту мүмкіндігі кіреді. Адамдар саясат туралы жаңалықтар мен ақпараттарды әлеуметтік медиадан көбірек алады. PEW зерттеу орталығының 2014 жылғы зерттеуіне сәйкес, АҚШ-тағы Интернет пайдаланушылардың шамамен 62% -ы Facebook-тен саяси және экономикалық жаңалықтар туралы біледі [2].

Саяси шешімдерінде әлеуметтік желілердегі ақпаратқа сүйенетін адамдар шынайы да, жалған да ақпаратқа бой алдыратынын ескеру қажет. Маңызды және өзекті саяси ақпараттарды таратумен қатар, әлеуметтік медиа қазіргі оқиғалар мен бар проблемаларды жалған түсіну сезімін тудыруы және дамыта алады, дегенмен ақпарат тұтынушылар бұларға тіпті қарапайым түрде қатыспайды.

Сонымен қатар, «әлеуметтік желілерде жарияланған саяси ақпаратқа қатысты «қатты/жұмсақ» екілік оппозицияны да қолдануға болады [3]. «Қатты» ақпарат саяси тақырыптың беделін түсіруге бағытталған, ол жағымсыз және кейбір жағдайларда жанжалды сипатқа ие. Керісінше, «жұмсақ» ақпарат позитивті, оның мақсаты - саяси имиджді және қоғамдық қатынастарды жақсарту.

Әлеуметтік желілер өзін-өзі көрсетудің кең мүмкіндіктерін, соның ішінде саяси мүмкіндіктерді ұсына отырып, бұрын сөйлеу мүмкіндігі болмаған көптеген азаматтардың дауыс беру және сөз бостандығын жүзеге асыруға көмектеседі: осылайша, әлеуметтік бұқаралық ақпарат құралдары саяси өрісті демократияландыруға ықпал етеді. Интернетке және әлеуметтік желілерге әлемнің барлық аумақтары әлі қол жетімді болмағандықтан, ақпараттық технологиялардың одан әрі таралуы халықаралық күн тәртібіне кіретін саяси пікірталастарға қатысатын акторлардың қатарын кеңейтеді. Айта кету керек, кейбір зерттеушілер желідегі саяси пікірталастарға қатысу мен саясатқа қатысу арасындағы корреляцияны жоққа шығарады. «Талқылау барысында оның қатысушылары саяси процестер туралы түсініктерін жақсартып алады, бірақ олар бейтарап және пассивті болып, белсенді саяси әрекетке бармауы мүмкін» [4, 877-896 б.]. Оның үстіне, «Интернетті саяси ақпарат алу және онлайн-пікірталастарға қатысу үшін пайдалану жалған саяси араласу сезімін тудыруы мүмкін» [4, 877-896 б.].

Әлеуметтік медиа - саяси лидерлер үшін де, дипломаттар үшін де құнды құрал. Алайда, біз мемлекет пен оның ішкі және сыртқы қауымдастығы арасындағы байланыстың басқа арнасын ашумен қатар, неге бұлай болатынын жиі ескере бермейміз.

Бұл процестің бір бөлігі Джозеф Найдың жұмсақ күштің маңызды құрамдас бөлігі - мүдделі мемлекеттің сыртқы саяси күн тәртібін қабылдауы немесе онымен келісуі үшін шетелдік қоғамға әсер ету қабілеті екенін көрсеткен сендіруді қамтиды. Сендіру - бұл тек материалдық пайда немесе мәжбүрлеу арқылы байланыс орнату ғана емес, сонымен бірге табысты қоғамдық дипломатия стратегиясының негізінде жатқан маңызды эмоционалды компонент. Мұндай бастамалар мемлекеттер мен олардың шетелдік қоғамдастықтары арасында достық қарым-қатынас орнатуға ықпал етеді, олардың ішкі қоғамдастығы тығыз ынтымақтастық пен өзара әрекеттесуді қолдайды.

### **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:**

1 Cashmore, Pete. Myspace, America's Number One // Mashable / [ЭР]: Қол жетімді: <http://mashable.com/2006/07/11/myspace-americas-number-one/#1dkr6gybz5qa>

2 Fergus Hanson (November 2012). «A Digital DFAT: Joining the 21st century». Lowy Institute

3 Social Media, Political News and Ideology – Pew Research Center /ЭР]: Қол жетімді: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/05/04/70-of-u-s-social-media-users-never-or-rarely-post-or-share-about-political-social-issues/>

4 Emily K. Vraga, Leticia Bode, Anne-Bennett Smithson & Sonya Troller-Renfree. Blurred lines: Defining social, news, and political posts on Facebook, Journal of Information Technology & Politics, 2016, № 13:3

## **ТАРИХИ «ҰЛЫ ЖІБЕК ЖОЛЫ» ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗІРГІ «БІР БЕЛДЕУ - БІР ЖОЛ» БАСТАМАСЫМЕН БАЙЛАНЫСЫ**

**Смагулова Г.М.,** т.ғ.к., профессор,

**Абжанова А.Р.,** магистрант

Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті,  
Қарағанды қ.

XXI ғасыр – бұл жаһандану заманы, әлемдік экономикалық байланыстар мен нарықтық қатынастар дәуірі, ақпараттық технологиялар мен коммуникация заманы болып отырғаны баршаға таныс. Сондықтан осы мақалада коммуникация мәселесін кешегі «Ұлы Жібек жолы» мен бүгінгі қытайлық «бір белдеу - бір жол» бастамасымен өзара байланыстарын қарастыруды алдымызға мақсат етіп қойдық.

Ерте заманнан бері жердің түкпір-түкпірінде тұратын адамдар бір-бірімен сауда қатынасын жүргізген. Алғашында бұл адамдардың қолына түсе бермейтін зәру заттармен айырбас ретінде жүзеге асқан. Атап айтқанда, алтын, күміс тәрізді асыл тастар, тамаққа салатын тұз, емдік қасиеті мол өсімдіктер, сәйгүлік аттар, қымбат бағалы аң терілері, қола мен темірден жасалған бұйымдар, түрлі маталар, азық-түлік және басқа да тауарлармен өзара алмасып отырған. Уақыт өте ақша пайда болған сауда-саттық басталып, көптеген елдер мен қалаларды байланыстырған орталықтар - базар, жәрмеңке, сауда