

Смагулов А.А.

Магистрант Карагандинского университета
имени Е.А. Букетова, Казахстан

E-mail: assmok7664@gmail.com

Научный руководитель: ассоциированный профессор Валитова З.Х.

ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНСТИТУТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ФАКТОР ДОВЕРИЯ МОЛОДЕЖИ К НИМ

В эпоху цифровой трансформации и развития информационных технологий, социальные сети стали неотъемлемой частью общественной жизни. С развитием Интернет-технологий и распространением социальных сетей государственные органы, политические партии, общественные и государственные деятели столкнулись с новой реальностью в области коммуникации с гражданами. Их важность для формирования общественного мнения и взаимодействия граждан с органами власти не может быть переоценена. Представленность политических институтов в социальных сетях приобретает ключевое значение, так как это средство обеспечивает более непосредственное и открытое взаимодействие с населением.

Социальные сети предоставляют политическим институтам уникальную возможность взаимодействия с гражданами. Они позволяют собирать обратную связь, информировать о важных решениях и действиях правительства, а также участвовать в диалоге с обществом. Этот процесс содействует формированию доверия к ним. Доверие граждан к правительству и его действиям является ключевым фактором легитимности государства. Оно оказывает влияние на уровень социальной стабильности, готовность граждан соблюдать законы и участвовать в политическом процессе. Поэтому анализ факторов, влияющих на доверие, является важной задачей для политологов.

Эмпирической базой исследования стали данные из статистических отчетов Политических институтов, исследовательских центров и экспертных организаций, а также законодательные и нормативно-правовые документы Республики Казахстан.

Политическими институтами в данном исследовании выступают политические партии. Особое внимание будет уделено анализу присутствия Президента в социальных сетях, а также качество контента, который публикуется через официальные аккаунты и смежные страницы.

Для проведения анализа представленности политических институтов Республики Казахстан в социальных сетях мы рассмотрели следующие аспекты:

1. **Аккаунты и профили в социальных сетях:** мы исследуем наличие официальных аккаунтов и профилей политических институтов в социальных сетях, таких как Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube.

2. **Активность и контент:** активность и регулярность публикаций официальных аккаунтов в социальных сетях является одним из ключевых показателей их представленности. Анализ активности в социальных медиа позволяет оценить уровень вовлеченности и коммуникативной стратегии органов власти. Содержание публикаций также играет важную роль. Политические институты могут использовать социальные сети для информирования о важных событиях, проведении консультаций с обществом, а также для ответов на вопросы и комментарии граждан. Эффективное использование социальных медиа для обеспечения прозрачности и доступности информации может способствовать укреплению доверия. Представленность Политических институтов в социальных сетях делает информацию более доступной для граждан. Это может снижать уровень мифов и дезинформации и способствовать лучшему пониманию политики и действий правительства. Анализируя активность и контент, размещаемый государственными органами, мы оценим, насколько они предоставляют информацию о своей деятельности, обсуждают актуальные проблемы и взаимодействуют с гражданами.

3. **Отзывы и реакции граждан:** социальные сети предоставляют платформу для установления диалога между государственными органами и гражданами. Возможность задавать вопросы, выражать мнения и получать ответы укрепляет доверие к органам власти. Мы рассмотрим отзывы и реакции граждан на сообщения и публикации политических институтов в социальных сетях.

В начале 2000-х годов наиболее популярные социальные медиа, такие как «Facebook», «Twitter» и «ВКонтакте», начали свое масштабное развитие. В это же время западные исследователи начали публиковать результаты своих эмпирических исследований, в которых они выявляли взаимосвязь между онлайн-активностью молодых людей и их политической социализацией, и участием в политических процессах. К примеру, исследование, проведенное ученым Шелли Бульяном из Университета МакГилла в Канаде, обнаружило положительную связь между использованием интернета и участием в офлайн-политической деятельности общества. Особенностью этой взаимосвязи стало более доступное политическое взаимодействие между гражданами-пользователями, учитывая новые возможности получения политической

информации и более удобные способы гражданского участия, такие как создание онлайн-петиций и интернет-голосование [1, с.538].

Исторические события и опыт, накопленный Казахстаном, создали уникальную среду для формирования медиа-ландшафта. Эта среда включает в себя как традиционные средства массовой информации, такие как газеты, радио и телевидение, так и новые медийные платформы, такие как блоги, веб-сайты и социальные сети. Правительство Казахстана сделало развитие цифровых информационных технологий приоритетом национальной политики, что привело к попыткам либерализации сектора связи и поощрению использования интернета в стране [2, с.26].

С 2009 года в законодательных инициативах Казахстана по регулированию интернета было введено новое положение, согласно которому все интернет-ресурсы рассматриваются как СМИ. Отношение к социальным сетям в этом контексте также было усилено, и они приобрели большое значение согласно современным реалиям. Относительно социальных сетей, они были впервые упомянуты в Концепции информационной безопасности Республики Казахстан до 2016 года, утвержденной Указом Президента РК от 14 ноября 2011 года, что подчеркивает их важное значение согласно современным требованиям [3].

Следовательно, социальные сети могут быть рассмотрены как мощный инструмент, способный не только негативно освещать проблемы, но и продвигать важные приоритеты государственной политики. Такие платформы, как Facebook, Vkontakte, Twitter, Instagram и другие, предоставляют возможность увеличить популярность национального контента и создать мощную и конкурентоспособную информационную базу.

Главной движущей силой и активными участниками социальных сетей является молодежь. В 2023 году возрастной диапазон, определяемый как молодежь, был расширен с 29 до 35 лет, что привело к увеличению численности молодежи с 3,7 миллиона до 6 миллионов человек [4]. Именно поэтому политические институты ориентируются на эту активную часть населения и активно используют социальные сети в своей деятельности и рекламных кампаниях, чтобы поддерживать свою конкурентоспособность. Эта тенденция сформировалась относительно недавно.

В настоящее время социальные сети усиливают свое воздействие на сознание современного молодого поколения, продолжая переход от традиционной социализации к онлайн-социализации с использованием интернета. В результате этого процесса сформировалась новая модель политической социализации молодежи, осуществляемая через средства новых медиа и социальные сети. Среди популярных социальных сетей в

Казахстане можно выделить такие платформы, как «Instagram», «Facebook», «Twitter» и «YouTube», которые оказывают значительное воздействие на развитие различных аспектов современного общества. Регулярное участие в социальных сетях позволяет отслеживать политические настроения общества и выявлять важные проблемные моменты и тенденции.

Диаграмма 1 отражает статистические данные о популярности социальных сетей среди жителей Казахстана с января по декабрь 2023 года. Социальные медиа обладают потенциалом быть важным инструментом в политической сфере, поскольку они имеют значительное влияние на широкий контингент населения Казахстана [5].

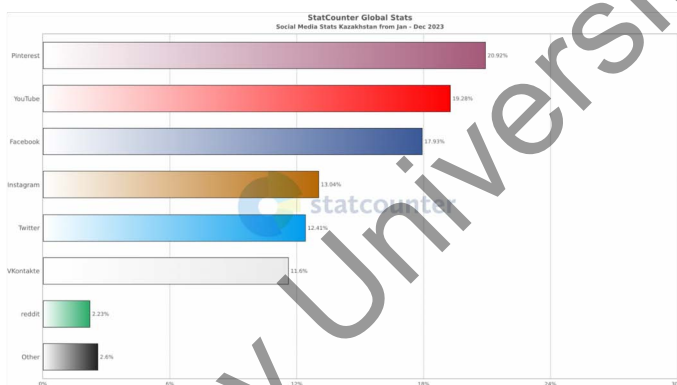


Диаграмма 1. Статистика использования популярных социальных сетей в Казахстане за январь-декабрь 2023 год.

В 2019 году Президент был представлен только в двух социальных сетях: Twitter и TikTok. Сотрудники Пресс-службы Президента Республики Казахстан Токаева Касым-Жомарт Кемелевича заметно изменили свой подход к работе, освещению деятельности Президента в социальных сетях после январских событий 2022 года.

Уже через несколько месяцев после Кантара они запустили официальный Telegram-канал «Борт N1», который создан с целью «...в оперативном режиме публиковать новости, анонсы, экспресс-аналитику, инфографику, неофициальные фото и видео с мероприятий, а также другие сообщения» [6]. Однако спустя год, 25 августа 2023 года был опубликован пост, посвященный рабочей поездке Президента Таджикистана в Астану [7]. **Качество контента в этом канале можно сравнить с подачей информации в традиционных СМИ:** короткие тексты, отчетные фото, минимум смайликов. Помимо этого, все

сообщения публиковались исключительно на русском языке. Отличительным знаком является включенная опция реагирования смайликами со стороны подписчиков как форма обратной связи на публикуемые посты. Параллельно с этим, 1 марта 2022 года был также запущен более успешный проект присутствия Президента на площадке Telegram, который позже приняли за основной, Telegram-канал «Aqorda» [8]. Подача материалов в этом публичном канале отличается умелым копирайтингом, использованием тематических смайликов, подчеркивающих знаков в тексте, использование коротких видеороликов. Отчетным фото на смену пришли официальные фото Президента непосредственно в процессе работы. Материалы публикуются одновременно на обоих языках с полным дублированием текста, что поддерживает образ Президента как полиглота. Количество подписчиков на момент января 2024 года спустя почти 2 года существования канала составляет 45 000 человек. Однако опция реагирования смайликами со стороны пользователей выключена и поэтому отсутствует обратная связь. Из слов пресс-секретаря Президента, которые он опубликовал сразу после урегулирования январских событий, 9 января «...Касым-Жомарт Токаев является высшим должностным лицом государства, все свои обращения к соотечественникам он по традиции писал сам, не прибегая к поддержке консультантов» [9], можно сделать вывод, что Президент очень ответственно относится к своему имиджу в социальных сетях.

В мае 2022 года в информационном поле появилась информация о том, что в команду пресс-службы недавно присоединился новый специалист, который ответственен за создание и публикацию коротких динамичных видео, снятых и смонтированных на смартфон, – мобилограф [10]. Появление официальной вакансии в штате Администрации Президента можно охарактеризовать как профессиональный и осознанный подход по созданию цифрового облика в социальных сетях.

У пресс-службы Президента зарегистрирован YouTube канал с 9 000 подписчиками и средним охватом около 2 тысяч пользователей. Основой канала являются публичные выступления Президента с общественностью, его обращения и видеокadres с его зарубежных поездок. На момент января 2024 года было выпущено 292 видео. Примечательно, что в отличие от Telegram, название канала и название всех видеороликов написаны исключительно на казахском языке. Возможность оставлять комментарии отключена, что также создает ощущения отсутствия обратной связи. Каждый ролик сопровождается профессиональным монтажом, а также соответствующими обложками [11].

Что касается присутствия Президента в самой популярной социальной сети, Instagram необходимо отметить, что существуют два разных аккаунта: персональная страница Президента [12] и аккаунт Пресс-службы Президента [13]. На персональной странице текст используется в минимальном количестве, всего одно или несколько предложений, а также отсутствует русский язык, приоритет отдан казахскому и английскому языку. Основным видом контента выступают профессиональные динамичные видеоролики, в которых демонстрируется деятельность и закадровый голос с использованием всплывающего текста. Помимо видеороликов публикуются официальные фотографии в процессе работы, а также поздравительные посты в праздники. На момент января 2024 года, количество подписчиков 2 600 000 человек, количество публикаций не превышает 300. Аккаунт Пресс-службы Президента ведется в таком же направлении, однако используются все три языка: английский, казахский и русский. Возможность оставлять комментарии открыта на обеих страницах, однако ни на один комментарий не был дан какой-либо ответ. Количество подписчиков у второго аккаунта значительно меньше, не более полумиллиона человек, а количество лайков и комментариев еще ниже по сравнению с персональной страницей, что дает возможность предположить, что пользователи социальных сетей проявляют большую активность и доверяют личности, нежели государственному органу.

Ситуация с присутствием в бывшей социальной сети Twitter аналогичная с Instagram. Две страницы: персонализированная [14] и пресс-службы [15], однако и там и там наравне используются три языка: английский, казахский, русский. Ситуация с подписчиками обратная ситуации с Instagram, так как аккаунт пресс-службы имеет в два раза больше активных читателей – 884 900 человек, по сравнению с личным – 414 400 человек. Так как аудитория Twitter в основном взрослые люди, здесь можно сделать вывод, что поколение старше 35 лет больше доверяет официальным структурам и организациям, нежели отдельным руководителям, личностям.

Пресс-службы Президента также активно ведет аккаунт в Facebook и в основном дублирует информацию, фото, текст со своей страницы в Twitter и Instagram. Аккаунт продолжает политику прошлых социальных сетей и используют русский и казахский язык наравне, избегают длинных текстов, в приоритет ставят динамичные фото-видео [16].

Отличительной частью присутствия Президента Республики Казахстан является в социальных сетях является официальный аккаунт в TikTok, который получил огромную поддержку со стороны молодежи. Некоторые видео набирают по несколько миллионов просмотров с комментариями поддержки. Примечательно, что аккаунт ведется

исключительно на государственном языке. На данный момент января 2024 года, он имеет 220 000 подписчиков [17]. Таблица 1 отражает присутствие Президента Республики Казахстан в социальных сетях.

Таблица 1. Присутствие Президента Республики Казахстан в социальных сетях.

Социальная сеть	Личный аккаунт или страница Пресс-службы		Количество подписчиков	Используемые языки	Авторизация модераторами	Обратная связь (комментарии, реакции)
	-	+				
Telegram	-	+	45 000	Казахский, русский	+	-
YouTube	-	+	9 000	Казахский		-
Instagram	+	+	2 600 000	Английский, казахский	+	+
			457 000	Английский, казахский, русский	+	+
Facebook	-	+	84 000	Казахский, русский	+	+
Twitter	+	+	414 400	Английский, казахский, русский	+	+
			884 000	Казахский, русский	+	+
TikTok	-	+	220 000	Казахский	+	+

Необходимо отметить, что активная работа Пресс-службы Президента Республики Казахстан по созданию положительного образа в социальных сетях приносит свои плоды. Спустя два года после обновления и ребрендинга в 2022 году, уровень доверия к Президенту заметно вырос именно среди молодежи. Как свидетельствуют данные опроса, проведённого в декабре 2023 года Бюро экспресс-мониторинга общественного мнения DEMOSCOPE при поддержке Фонда имени Конрада Аденауэра, уровень общественного доверия сильно коррелирует с возрастом респондентов. Наиболее скептическими являются казахстанцы предпенсионных лет. Так, в группе от 50 до 59 лет правительству и депутатам парламента не доверяют 51% и 62% опрошенных. При этом доверие к институтам более выражено среди молодежи от 18 до 29 лет. В этой возрастной группе президенту доверяют 79%. На втором месте – религиозные деятели с уровнем доверия в 66% (при среднем показателе 47%) [18]. Нынешнему главе государства больше всего доверяет именно молодежь в силу профессионального подхода Пресс-службы Президента

по присутствию во всех социальных сетях. В 2022 и 2023 году был запущен ряд трендов в Instagram и TikTok, которые подхватила активная молодежь, в которых цитируются слова Президента о его планах по работе над возрождением туранского тигра и где его самого называют «тигром» [19]. Их цель популяризация слов Президента, построение положительного образа.

Среди политических партий, которые представлены в Парламенте Республики Казахстан 8 созыва представленность в социальных сетях также разная. Таблица 2 отражает присутствие в социальных сетях политических партий на момент января 2024 года.

Таблица 2. Присутствие политических партий в социальных сетях.

	Instagram (кол-во подписчиков)	Facebook (кол-во подписчиков)	YouTube (кол-во подписчиков)	Telegram (кол-во подписчиков)	TikTok (кол-во подписчиков)	Twitter (кол-во подписчиков)
Аманат	248 000	29 000	18 300	5 100	-	28 700
НПК	8 700	6 900	12 700	300	27 500	-
Ак Жол	97 300	5 500	5 000	-	-	-
Ауыл	10 000	1 400	200	-	-	-
Respublica	24 300	368	440	317	21 300	-
ОСДП	4 100	4 700	3 400	-	20 500	130

Несмотря на очевидное лидерство правящей партии «Аманат» по представленности в социальных сетях необходимо обратить внимание на качество публикуемого контента. В данном случае, Народная Партия Казахстана проводит обширную работу по присутствию в TikTok и разрабатывает специальные программы, которые попадают в рекомендации самой платформы и набирают популярность. У каждого из депутатов, которые прошли в Мажилис Парламента есть собственные страницы в социальных сетях, где они активно освещают свою работу, но помимо этого, председатель Народной Партии Казахстана является единственным руководителем политической партии, который также занимается активным присутствием во всех социальных сетях по примеру Президента: собственное новостное шоу на личном YouTube-канале, Instagram, Facebook, TikTok.

Представленность Президента и политических партий Республики Казахстан в социальных сетях оказывает значительное влияние на

доверие к ним со стороны молодежи. Президент и политические партии активно присутствуют в социальных медиа, публикуют актуальную информацию в интересном формате и это способствует лучшему информированию молодежи о политических процессах, позициях и инициативах. С помощью эффективного использования социальных сетей сформировался особый публичный имидж некоторых политических институтов, который сделал их более близкими и привлекательными для молодежи нежели до январских событий. Помимо этого, поскольку молодежь активно использует социальные сети, эффективное присутствие в них привлекает молодое поколение избирателей.

Список литературы:

1. Бульян Ш. Использование социальных сетей и участие в них: метаанализ текущих исследований//Информация, коммуникация и общество. – 2015. – Том 18. – Том. 5. – С. 524-538.

2. Мысаева К. Развитие новых МЕДИА в Казахстане: роль социальных сетей в обществе//Вестник КазНУ. Серия «Журналистика». – 2016. – №2 (40). – С. 1-26.

3. О Концепции информационной безопасности Республики Казахстан до 2016 года. ИПС «Әділет». – 2011. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1100000174> (Дата обращения 22.01.2024).

4. Официальный Telegram-канал Пресс-службы Министерства информации и общественного развития РК. 2023. – URL: <https://t.me/aqparatqogam/6732> (Дата обращения 22.01.2024).

5. Популярные социальные сети в Казахстане. Январь-декабрь 2023//StatCounter URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/kazakhstan#monthly-202301-202312-bar> (Дата обращения 22.01.2024).

6. Официальная страница Facebook пресс-секретаря Президента Республики Казахстан в 2019-2022 годах. URL: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=4751090985014296&id=100003403233694 (Дата обращения 22.01.2024).

7. Официальный Telegram-канал «Борт N1». URL:<https://web.telegram.org/a/#-1001536341694> (Дата обращения 22.01.2024).

8. Официальный Telegram-канал «Aqorda». URL: <https://web.telegram.org/a/#-1001728916833> (Дата обращения 22.01.2024).

9. Официальный Telegram-канал «Sputnik Казахстан». URL: <https://t.me/sputnikKZ/14661> (Дата обращения 22.01.2024).

10. Новостной портал «Tengri News». URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/akorda-nanyala-mobilografa-468449/(Дата обращения 22.01.2024).

11. Официальный Youtube-канал Пресс-службы Президента Республики Казахстан. URL: <https://www.youtube.com/user/akordapress> (Дата обращения 22.01.2024).

12. Официальный Instagram-аккаунт Президента Республики Казахстан. URL: https://www.instagram.com/tokayev_online/ (Дата обращения 22.01.2024).

13. Официальный Instagram-аккаунт Пресс-службы Президента Республики Казахстан. URL: <https://www.instagram.com/akordapress> (Дата обращения 22.01.2024).

14. Официальный аккаунт Президента Республики Казахстан в Twitter. URL: <https://twitter.com/TokayevKZ> (Дата обращения 22.01.2024).

15. Официальный аккаунт Пресс-службы Президента Республики Казахстан в Twitter. URL: https://twitter.com/aqorda_press (Дата обращения 22.01.2024).

16. Официальный аккаунт Пресс-службы Президента Республики Казахстан в Facebook. URL: <https://www.facebook.com/AqordaResmi> (Дата обращения 22.01.2024).

17. Официальный аккаунт Пресс-службы Президента Республики Казахстан в TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@aqorda_official (Дата обращения 22.01.2024).

18. Итоги 2023 года: инфляция и низкие доходы вызывают наибольшую тревогу у казахстанцев. Бюро экспресс-мониторинга общественного мнения Demoscope при Международном центре журналистики MediaNet. URL: <https://demos.kz/itogi-2023-goda-infljacija-i-nizkie-dohody-vyzyvajut-naibolshuju-trevogu-u-kazahstancev/> (Дата обращения 22.01.2024).

19. Как Токаева окрестили «Тигром». Республика. URL: <https://respublika.kz.media/archives/64147> (Дата обращения 22.01.2024).

Тамилов Р.К.

Магистрант Карагандинского университета
имени Е.А. Букедова, Казахстан

E-mail: in.yelloww@gmail.com

Научный руководитель: к.с.н, ассоциированный профессор
Валитова З.Х.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ПРИОРИТЕТ ГОСУДАРСТВА

Глобализация информационных систем, охватывает не только территории отдельных государств, но и целые континенты. По мнению Ф. Фукуямы, отныне «ни одна страна не может в подлинном смысле