

Негизбаева М.О.

к.ф.н., доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: marlannek@gmail.com

ВКЛЮЧЕННОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ И НОВЫХ МЕДИА В ПРОЦЕСС ДУХОВНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

Сегодня отмечается снижение интереса новых и социальных медиа к вопросам идеологического воспитания и поддержки усилий государства в сферах социального и государственного строительства, а тем временем значительная часть казахстанской молодежи является постоянным зрителем или читателем именно новых медиа. Безусловно, конструктивным образом меняются формы и контент передачи информации.

Появляются новые жанры, «гражданская журналистика», «стриминговое» телевидение, журналистика дронов. Печально, если наши традиционные медиа, получая государственные деньги на пропаганду казахстанских ценностей, приоритетов, духовной модернизации, останутся в рамках старой, низко-результативной методики подачи информации. Тем временем, интернет-СМИ и новые медиа, включая социальные сети, обладая мощным потенциалом воздействия, останутся в стороне от данного процесса, не будут использовать свои возможности для организации диалога с молодежной аудиторией, для продвижения идей «Мәңгілік ел», духовной модернизации общественного сознания, «Туған жер» и др.

Опираясь на четкое понимание запросов рынка и технологических возможностей того или иного вида СМИ, необходимо приступать к определению концепции работы в области продвижения духовной модернизации социума через СМИ и СМК.

Ключевые слова: гражданская журналистика, новые медиа, духовная модернизация, медиа-воздействия.

Негизбаева М.О.

ф.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: marlannek@gmail.com

Әлеуметтік және жаңа БАҚ-тарды рухани жаңғырту үдерісіне қосу

Қазіргі таңда жаңа және әлеуметтік медиалардың идеологиялық тәрбиелеу мен мемлекеттік және әлеуметтік құрылыс салаларына мемлекеттің жіберген күш-жігерін қолдау азайғаны байқалады. Қазақстандық жастардың басым көпшілігі жаңа медиалардың оқырманы немесе көрермені екені айдан анық. Ақпаратты жеткізудің пішіні мен контенті ауысып тұрады.

Жаңа жанрлар, «азаматтық журналистика», «стримингі» телевизия, дрондар журналистикасы пайда болады. Дәстүрлі медиалар қазақы құндылықтар, рухани жаңғыртуды насихаттау үшін мемлекеттің ақшасын ала отырып, төменгі деңгейдегі ақпараттың көзі болса, өкінішті. Ғаламторлық БАҚ-тар мен жаңа медиалар, әлеуметтік желілер әсер етудің үлкен потенциалына ие бола отырып, бұл үрдістен шет қалады. Олар жастармен «Мәңгілік ел», қоғамды рухани жаңғырту, «Туған жер» идеялары хақында жастармен диалогқа түспейді.

Нарықтың сұраныстары мен БАҚ түрлерінің технологиялық мүмкіндіктеріне сүйене отырып, БАҚ арқылы қоғамды рухани жаңғыртудың концепциясына кіріскен жөн.

Түйін сөздер: азаматтық журналистика, жаңа медиа, рухани жаңғырту, бұқаралық ақпарат құралдар.

Negizbayeva M.O.

Candidate of Philology, Associate Professor, al-Farabi Kazak National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: marlannek@gmail.com

Involvement of social and new media in the process of spiritual modernization

Today, there is a decline in the interest of new and social media to issues of ideological education and support of the state's efforts in the spheres of social and state construction. Meanwhile, a significant part of Kazakhstan's youth is a constant spectator or reader of new media. There is no doubts that the forms and content of information transfer are changing in a constructive way.

There are new genres, "civil journalism", "streaming" television, journalism of drones. It will be unfortunate, if our traditional media that receive state money for the propaganda of Kazakhstan's values, priorities, spiritual modernization, remain within the old, low-impact method of presenting information. At the same time, the Internet media and new media, including social networks, possessing a powerful impact potential will remain aloof from this process; will not use their opportunities to organize a dialogue with the youth audience; will not promote ideas of the "Mangilik El," the spiritual modernization of the public consciousness and "Tugan zher" and others.

Based on a clear understanding of market demands and technological capabilities of a particular type of media, it is necessary to proceed with the definition of the concept of work in the field of promoting spiritual modernization of the society through media and communication channels.

Key words: civil journalism, new media, spiritual modernization, media impact.

Современные технологические прорывы приведут к фундаментальным преобразованиям. Программный документ «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» является конкретным путеводителем для казахстанцев в новом стремительно прогрессирующем мире. Ключевые направления промышленной революции – искусственный интеллект, роботизация, трехмерная печать, нанотехнология, биотехнология, нефтехимия и т.д. – требуют, безусловно, соответствующей подготовки. Это возможно при реализации целого ряда факторов, важнейшим из которых является модернизация сознания молодежи. В этой связи от отечественных медиа ждут реальных шагов и действий.

«Интернет-продукт своего времени. Если информационная технология – это нынешний эквивалент электричества в эпоху индустриализации, то современный Интернет можно было бы уподобить энергетической системе и электродвигателю, потому что он способен поставлять «информационную энергию» для любых сфер человеческой деятельности», – считает испанский социолог Мануэль К. (Мануэль К., 2004).

Для определения действенных механизмов позитивного и корректного воздействия новых и традиционных СМИ на мировоззренческие, когнитивные, ментальные и поведенческие установки казахстанского социума, необходимо сегментировать аудиторию по ряду признаков: возраст, образование, уровень религиозности, технологические навыки, политические пристрастия; уровень жизни и др. Это позволит получить

адекватные характеристики и признаки целевых аудиторных групп, так или иначе потребляющих информационный продукт в Казахстане.

«Благодаря развитию технологий и интернету для нас открылось множество новых возможностей коммуникации?» – считает британский автор Пол МакГи (МакГи П., 2014).

Необходимо также сегментировать отечественную медиасферу по уровням, традиционные СМИ изучить по трем показателям: отношение к новшествам; наличие онлайн-версии; интерактивность. Это позволит выявить системные ошибки и причины снижения интереса к традиционным СМИ со стороны молодежи.

«Если массы будут лучше проинформированы о том, как на самом деле устроена их жизнь, они будут более восприимчивы к разумным предложениям, отвечающим их собственным интересам», – считает австро-американский «пионер» в области связей с общественностью и пропаганды Бернейс Э. (Бернейс Э., 2010).

Новые СМИ следует изучить по следующим направлениям: качество информации и фактчекинг; технологии и этика; уровень доверия и др. Все это позволит определить взаимосвязь популярности канала информации и технологии его реализации. Затем выявить зависимость аудиторных предпочтений от качественного воплощения или предоставления информационной картинки или текста. Определение системных факторов медиавоздействия текстов на аудиторию, ее приоритетов и ценностей позволит выявить механизмы внедрения духовных компонентов в общественное сознание через сис-

тему образования и масс-медиа. Целесообразно изучение контента и концепции духовной модернизации казахстанского социума, основных характеристик и ожидаемых результатов. Также необходимо изучить концептуальные процессы и контент духовной модернизации казахстанского социума, основные характеристики и ожидаемые результаты.

Сегодня отмечается снижение интереса новых и социальных медиа к вопросам идеологического воспитания и поддержки усилий государства в сферах социального и государственного строительства, а тем временем значительная часть казахстанской молодежи является постоянным зрителем или читателем именно новых медиа.

Современное состояние казахстанского социума характеризуется крайней сегментацией информационных пристрастий аудиторий: старшее поколение продолжает смотреть ТВ и читать газеты, подростки и молодежь предпочитают получать информацию через интернет, социальные сети и группы в контакте. Эксперты отмечают, что сегодня мы находимся в мире иллюзий, продолжаем выпускать газеты и журналы, которые не будут читать наши дети. Сознание молодежи формируют не только традиционные СМИ, но и блогеры, количество подписчиков которых обгоняет тиражи популярных изданий. Приходится признать, что новые медиа, социальные сети и интернет сегодня формируют сознание юных казахстанцев. Более того, эксперты говорят о появлении новой реальности – виртуальной. Происходит четвертый этап технологической революции, слияние онлайн- и офлайн-сфер, появление кибер-физического мира. Наступает эра всеобщей подключенности к интернету, стремительно распространяются сенсорные устройства. Каждая минута в новом интернет-мире – это миллионы электронных писем, сообщений WhatsApp, просмотров видео и поисковых запросов.

Как отметил Н. Назарбаев в статье «Планы нации – Путь к казахстанской мечте»: «Мы учимся быть рачительными хозяевами своей земли и ее недр, овладеваем новыми технологиями, вводим в строй невиданные в нашей истории производственные мощности и целые отрасли экономики... В целом важнейший аспект новой социальной политики связан с последовательным ростом инвестиций в развитие человеческого потенциала» (Назарбаев Н.А., 2016).

Безусловно, конструктивным образом меняются формы и контент передачи информа-

ции. Второе десятилетие XXI века отмечено глобализацией коммуникативистики, новыми технологическими вызовами и цифровой трансформацией медиасферы. Появляются новые жанры, «гражданская журналистика», «стриминговое» телевидение, журналистика дрон-нов. Все это – результат технологической модернизации, которая активно приходит в СМИ. Печально, если наши традиционные медиа, получая государственные деньги на пропаганду казахстанских ценностей, приоритетов, духовной модернизации, останутся в рамках старой, низкорезультативной методики подачи информации. Тем временем, интернет-СМИ и новые медиа, включая социальные сети, обладая мощным потенциалом воздействия, останутся в стороне от данного процесса, не будут использовать свои возможности для организации диалога с молодежной аудиторией, для продвижения идей «Мәңгілік ел», духовной модернизации общественного сознания, «Туған жер» и др.

Более того, игнорирование факторов высокой популярности социальных сетей и интернета у молодежи, а значит и широких возможностей воздействия на нее, может привести к опасным последствиям, среди которых: потеря контакта с юной аудиторией, оторванность молодежи от реальной действительности и приоритетов старших; благоприятная почва для экстремистских и чужеродных агрессивных воздействий на умы молодых казахстанцев.

Не случайно, оценивая принятие XXIV сессией Ассамблеи народа Казахстана Патриотического акта «Мәңгілік Ел», Президент Казахстана Н.А. Назарбаев назвал его «базовым форматом духовных ценностей казахстанского народа. В нем связаны воедино вопросы экономики, политики, морали, веры, нашего видения в глобальном мире. В Патриотическом акте мы на века закрепляем: во-первых, главные общенациональные ценности, созданные нашим народом; во-вторых, ментальную сердцевину взаимной нашей ответственности государства, общества, граждан за судьбу развития и процветания Казахстана» (Патриотический акт «Мәңгілік Ел» принят на XXIV сессии АНК, 2016).

Очень важно, чтобы стремления государства по объединению народа вокруг базовых духовных ценностей, усилия по выведению республики в число 30 развитых государств и реформы, проводимые в этой связи в экономическом и социальном секторах, были услышаны и поняты всеми членами общества.

Эксперты называют современное состояние медиасферы эпохой тотального информационного шума, а также эпохой постправды. Мы все наблюдаем в информационной среде засилье фейков, фальсификации данных, манипуляции статистическими данными и т.д. Необходимо научиться выставлять заслоны столь опасному воздействию. Российский исследователь И.М. Дзялошинский в книге «Манипулятивные технологии в СМИ» пишет: «В настоящее время под манипулированием обычно понимают систему способов идеологического и социально-психологического воздействия с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам» (Дзялошинский И.М., 2012).

К тем же выводам приходит исследователь Г. Почепцов в книге «Информационные войны» (Почепцов Г., 2001). В частности, он считает, что особое доверие к написанному слову, низкий уровень критического мышления делают молодежь легкой целью для манипуляторов.

Американские ученые Зимбардо Ф., Ляйппе М. в книге «Социальное влияние» выявили ряд практических методик воздействия на психику индивида через средства массовой информации (Зимбардо Ф., Ляйппе М., 2011). Казахстанский ученый, Директор Исследовательского института «Общественное мнение» (г. Астана) Б. Ракишева в исследовании «Интеграционные ориентиры молодежи Центральной Азии (результаты социологического исследования)» отмечает, что «Молодежь Центральной Азии сегодня – это та молодежь, которая имеет разные идеалы, разные ценности, разную идеологию, разные идентичности. Одновременно в целом она имеет общие пласты, в том числе культурные и гуманитарные, на которых мы можем выстраивать интеграцию. Необходимо учитывать и то, что сегодня молодежь состоит из двух больших групп: молодежь, которая была рождена в период Советского Союза, и молодежь, которая была рождена в годы независимости. Структура идентичностей и ценностные ориентации отличаются...» (Ракишева Б., 2017).

Авторы монографии «Современные политические технологии: тенденции и тренды» А.С. Жолдыбалина, А.Г. Урпекова также признают, что «социальные сети на сегодняшний день являются одними из самых посещаемых ресурсов в Интернете. По данным исследовательской компании comScore, их используют около 85% от всех Интернет-пользователей мира. Анализ информации в социальных сетях представляет одно из наиболее интересных

направлений. Во-первых, микроблог сам по себе является богатым источником информации общественного свойства. Во-вторых, в социальных сетях информация носит открытый и ясный характер и хорошо документируется. В-третьих, для многих исследователей данные социальных сетей интересны еще и потому, что появление сообщений в микроблоге происходит в режиме реального времени. Мнения в социальных сетях представляют самые разные слои общества, отражая позиции граждан» (Жолдыбалина А.С., Урпекова А.Г., 2016).

Обзор сложившейся на сегодняшний день идеологической картины мира, эффективных коммуникаций дается в книгах зарубежных авторов: французского профессора Геген Н. «Психология манипуляции и подчинения» (Геген Н., 2005) и Шварцмантель Дж. «Идеология и политика» (Шварцмантель Дж., 2009).

Выводы и рекомендации ученых дальнего, ближнего, а также отечественного сектора подчеркивают значимость проекта в национальном и международном масштабах. В текущем году Казахстан будет активно вовлечен в региональные и международные процессы. В 2017 году Казахстан на двухлетний период стал непостоянным членом Совета Безопасности ООН, что позволит актуализировать региональную повестку на глобальном уровне. Вместе с этим, Казахстан уже зарекомендовал себя качественной площадкой важных международных событий, таких как проведение Универсиады – 2017, ЭКСПО – 2017, саммита ШОС, и в октябре инициатива СВМДА отметит 25-летие. Астана подтверждает свое реноме одной из политических столиц. Продолжится строительство 4 ветки газопровода «Центральная Азия – Китай», которая проходит по маршруту Туркменистан-Узбекистан-Таджикистан-Кыргызстан-Китай, становясь «азиатской Женовой», платформой, где проходят значимые для международной безопасности встречи и переговоры.

Все это говорит о приоритетной включенности отечественных СМИ в процессы внутривнутриполитической и гуманитарной сферы социального строительства. Опираясь на четкое понимание запросов рынка и технологических возможностей того или иного вида СМИ, необходимо приступать к определению концепции работы в области продвижения духовной модернизации социума через СМИ и СМК.

Для научных и технологических нужд необходимо сформировать новую стратегию включенности социальных и новых медиа в процесс

духовной модернизации, использование потенциала казнета для привлечения молодежи к продвижению нового казахстанского патриотизма. Умение использовать потенциал новых СМИ позволит охватить молодежную аудиторию и на новом уровне продвигать идеи «Мәңгілік ел», духовной модернизации общественного сознания, «Туған жер» и другие среди подрастающего поколения казахстанцев.

Таким образом, можно аккумулировать весь накопленный опыт работы с молодежью через СМК и использовать его на более высоком профессиональном уровне, включая новейшие технологии формирования нужного контента, воздействовать на мировоззрение и умонастроения молодых казахстанцев через понятные и выбранные ими контент и технологии.

Литература

- Бернейс Э. Пропаганда. – Изд.: Hippo Publishing LTD. с. 41.
 Геген Н. Психология манипуляции и подчинения. – Питер, 2004. – 204 с.
 Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: НИУ ВШЭ. – 2012. – С. 47.
 Жолдыбалина А.С., Урпекова А.Г. Современные политические технологии: тенденции и тренды. Астана, – 2016. – С. 52.
 Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб: St. Petersburg, 2011. – 488 с.
 МакГи П. Мастерство общения. – Изд.: Манн, Иванов, Фербер, 2014. – С.6.
 Мануэль К. Галактика: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Изд.: У-Фактория. – 2004. – С. 8.
 Назарбаев Н.А. «План нации – путь к казахстанской мечте. 2016. [Эл.ресурс: http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-plan-nacii-put-k-kazahstanskoi-mechte].
 Патриотический акт «Мәңгілік Ел» принят на XXIV сессии АНК. 2016. [Эл. ресурс: [inform.kz http://www.inform.kz/ru/patrioticheskiy-akt-mangilik-el-prinyat-na-xxiv-sessii-ank-foto_a2897109](http://www.inform.kz/patrioticheskiy-akt-mangilik-el-prinyat-na-xxiv-sessii-ank-foto_a2897109)].
 Почепцов Г. Информационные войны. – М.: Рельф-Бук, 2001. – 576 с.
 Ракишева Б. Интеграционные ориентиры молодежи Центральной Азии (результаты социологического исследования), Астана, 2017. [Электронный ресурс <http://kisi.kz/uploads/33/files/k3seVqq7.pdf>].
 Шварцмантель Дж. Идеология и политика. Гуманитарный центр. – 2009. – 312 с.

References

- Bernays E. Propaganda [Propaganda]. Hippo Publishing LTD. – 2010. – S.41
 Gegen N. Psihologia manipulatsii I podchinenia [The Psychology of Manipulation and Subordination]. Piter, – 2005. – 204 s.
 Dzialoshynskii I.M. Kommunikativnoe vozdeystvie: misheny, strategii, tekhnologii [Communicative impact: targets, strategies, technologies]. – М.: NIU VSHE. – 2012. – S. 47.
 Zholdybalina A.S. Urpekova A.G. Sovremennye politicheskie tekhnologii [Modern political technologies: trends and trends]. Astana, 2016. S. 52.
 Zimbardo F., Lyayppe M. Sotsialnoe vlianie [Social influence]. St. Petersburg. – 2011. – 488 s.
 McGee P. Masterstvo obshenia [Mastery of communication]. Mann, Ivanov, Ferber. – 2014. – S. 6.
 Manuel C. Galaktika: Razmishlenia ob Internetе, biznese I obshestve [Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society] U-Faktoria. – 2004. – S. 8.
 Nazarbaev N.A. Plan nasii – put k kazakhstanskoy mechte [Plan of the nation – the way to the Kazakhstan dream]. 2016. [Elektronnyi resurs: http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-plan-nacii-put-k-kazahstanskoi-mechte].
 Patrioticheskiy akt «Mangilyk El» prinyat na XXIV sessii ANK [Patriotic act «Mogilik El» was adopted at the XXIV session of the APK]. 2016. [Elektronnyi resurs: [inform.kz http://www.inform.kz/ru/patrioticheskiy-akt-mangilik-el-prinyat-na-xxiv-sessii-ank-foto_a2897109](http://www.inform.kz/patrioticheskiy-akt-mangilik-el-prinyat-na-xxiv-sessii-ank-foto_a2897109)].
 Pochepsov G. Informatsionnye voyny [Information wars]. Refl-Buk. – 2001. – 576 s.
 Rakisheva B. Integratsionnye orientiry molodezhy Sentralnoy Azii (resultaty sosiologicheskogo issledovaniya) [Integration guidelines for youth in Central Asia (the results of a sociological survey)]. Astana. 2017. [Elektronnyi resurs <http://kisi.kz/uploads/33/files/k3seVqq7.pdf>].
 Schwartzmantel Dj. Ideology and politics [Ideology and politics]. Gumanitarnii tsentr. – 2009. – 312 s.