

УДК 32.019.5: 316.776.23
DOI 10.58649/1694-9099-2025-4-273-277

ТОКСОНАЛИЕВА Р.М.
Жусуп Баласагын атындагы КУУ
ТОКСОНАЛИЕВА Р.М.
КНУ имени Жуупа Баласагына
TOKSONALIEVA R.M.
KNU Jusup Balasagyn

МЕДИАМЕЙКИНДИГИНИН КООМДУК-САЯСИЙ АБАЛГА ТИЙГИЗГЕН ТААСИРИ

ВЛИЯНИЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВА НА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКУЮ ОБСТАНОВКУ

INFLUENCE OF MEDIA SPACE ON THE SOCIAL AND POLITICAL SITUATION

Кыскача мүнөздөмө: Бул макалада медиа мейкиндигинин коомдук-саясий абалга тийгизген таасири каралат. Заманбап санариптик коомдо медиамейкиндиги маалыматтын булагы катары адамдын айрым окуяларга болгон көз карашын жана мамилесин калыптандырууга таасир этүүчү күчтүү фактор болуп саналат. Заманбап адамдын коммуникативдик ишмердүүлүгү негизинен медиамейкиндикте ишке ашырылат. Мында ал билим алуунун жана коомдук ишмердүүлүктүн аянтчасы гана болбостон, коомдук жана саясий абалды туруксуздаштыруучу жайга айланган. Автор көңүлдү заманбап медиамейкиндигиндеги коммуникация каналына – негизги ньюсмейкерлерге, массалык аң-сезимди жана жүрүм-турумду көзөмөлдөө рычагына айланып бараткан социалдык тармактарга бурат. Айрыкча, социалдык тармактарда себептерин тактабай туруп, чагымчыл маанайдагы контенттерди таратуу коомчулукту адаштырып, калктын нааразычылыгын жаратып, массалык баш аламандыкка түртүшү мүмкүн.

Аннотация: В данной статье рассматривается влияние медиапространства на общественно-политическую обстановку. В современном цифровом обществе медиапространство, как носитель информации, является мощным фактором влияния на формирование мнения и отношения человека к тем или иным событиям. Коммуникативная деятельность современного человека реализуется в основном на медийном пространстве, которое стало не только площадкой для обучения и социальных активностей, но и местом для дестабилизации общественной и политической обстановки. Автор обращает внимание на канал коммуникации в современном медиапространстве – социальные сети, которые становятся главными ньюсмейкерами, рычагом управления массового сознания и поведения. Особенно распространение в социальных сетях провокационного контента без выяснения причин может привести общественность в заблуждение, вызвав недовольство среди населения и подтолкнув к массовым беспорядкам.

Abstract: This article examines the influence of the media space on the socio-political situation. In today's digital society, the media space, as a carrier of information, is a powerful factor influencing the formation of a person's opinion and attitude to certain even. The communicative activity of modern man is realized mainly in the media space, which has become not only a platform for learning and social activities, but also a place for destabilizing the social and political situation. The author draws attention to the communication channel in the modern media space - social networks, which are becoming the main newsmakers, a lever of control over mass consciousness and behavior. Especially the dissemination of provocative content in social networks without clarifying the reasons can mislead the public, causing discontent among the population and pushing to mass unrest.

Негизги сөздөр: медиамейкиндиги; коомдук-саясий кырдаал; социалдык тармактар; платформа технологиялары; медиаконтент; таасир; коомдук аң-сезим.

Ключевые слова: медиапространство; общественно-политическая обстановка; социальные сети; платформенные технологии; медиаконтент; влияние; общественное сознание.

Keywords: media space; socio-political situation; social networks; platform technologies; media content; influence; public consciousness.

XXI-кылымда медиамейкиндиги заманбап коомдун ажырагыс актору болуп саналат, анткени ал саясий өзгөрүүлөрдүн жана технологиянын куралы катары колдонулууда. Бүгүнкү күндө медиамейкиндиги маалыматтын булагы катары заманбап адамдын жашоосунун ажырагыс бөлүгү болуп калды. Коммуникациянын көпчүлүк бөлүгү интернетке өтгү, мында адамдар башка колдонуучулар менен баарлашуу, маалымат алмашуу жана контентти жарыялоо үчүн реалдуу жашоого караганда көбүрөөк убакыт өткөрүшөт. Медиамейкиндиги коомдук пикирди жана курчап турган дүйнөнү кабыл алуунун кубаттуу куралы катары коомдун өзгөрүшүнө жана өнүгүшүнө салым кошот. Бул медиамейкиндигинин адамдардын күнүмдүк турмушуна терең аралашып, баарлашуу, маалымат алуу жана коомдогу өз ара аракеттенүү ыкмаларын өзгөртүп жаткандыгы менен түшүндүрүлөт. Медиамейкиндиги аудиториянын маданиятын, баалуулуктарын, ой жүгүртүүсүн жана дүйнө таанымын калыптандырууга таасирин тийгизет, бул маалыматтын жогорку жеткиликтүүлүгү жана көп түрдүүлүгүнүн шарттарында өзгөчө маанилүү. Бул медиамейкиндиктин заманбап коомдун коммуникациялык чөйрөсүн калыптандырууда чечүүчү ролду ойноп жатканын, ошондой эле коомдук-саясий абалга медиамейкиндиктин тийгизген таасири жана коомдук пикирди башкаруу максатында маалыматтык технологиялардын колдонулушу даана байкалгандыгын айгинелейт. Заманбап адамдын коммуникативдик ишмердүүлүгү негизинен медиамейкиндигинде ишке ашырылат. Мында ал билим алуунун жана коомдук ишмердүүлүктүн аянтчасы гана болбостон, коомдук жана саясий абалды туруксуздаштыруучу жайга айланган. Ааламдашуу шартында медиамейкиндигинин коомдук-саясий абалга тийгизген таасирин изилдөө ар бир мамлекеттин алдында турган актуалдуу маселе. Мына ушул себептен медиамейкиндигинин өлкөдөгү коомдук-саясий абалга таасир этүүчү жай катары изилдөө актуалдуулугун жоготпойт.

Чет элдик илимий адабияттарда “медиамейкиндиги” түшүнүгү жыйырманчы кылымдын сексенинчи жылдарынан тарта колдонула баштаган жана анын аспектилери илимдин ар түрдүү тармактары тарабынан теориялык жактан да, практикалык жактан да изилденип келет. Илимий адабияттарда бул терминдин көптөгөн аныктамалары бар, бирок жалпы кабыл алынган аныктама азырынча жок.

Бирок ар түрдүү тармактарда “медиамейкиндиги” түшүнүгү анын өзгөчө өзгөчөлүктөрүн эске алуу менен каралат. Мисалы, “медиамейкиндигин массалык маалымат каражаттарынын ыкмаларын жана методун пайдалануу менен маалыматты керектөөчү жана өндүрүүчү субъекттер үчүн идеологиялык схемаларды жана иш-аракеттердин шаблондорун уюштуруучу, толугу менен визуалдуу элестетүүгө мүмкүн болбогон өзгөчө реалдуулук катары түшүнүү керек”. [1] Медиамейкиндиги ошондой эле маалымат булактарынын жыйындысы (адамдар маалымат алган) жана мазмундуу талаа (ошол эле булактар түзүүчү) катары каралат. [2, с. 25] Ю.Дашевский маалыматтык коомдун медиамейкиндигинин социалдык-саясий ролун карап жатып, “медиамейкиндиги – бул санариптик технологияларды колдонуу менен маалыматты эркин түзүү жана жайылтуу принциптеринде иштеген, бирок алар тарабынан толук кандуу чектелбеген, социалдык, саясий, маданий өз ара аракеттенүүнүн стихиялык түрдө түзүлгөн жана жарым-жартылай өзүн-өзү жөнгө салуучу улуттар аралык жана мамлекеттер аралык система. Аудиториянын “күн тартибине” таасир этип, коомдук пикирди, табитти жана баалуулуктарды калыптандыруу менен медиамейкиндиги маалыматтык коомдогу социалдык жашоонун бардык аспектилерине таасир этет” [3, с. 38] деп белгилейт.

Каралган изилдөөлөрдө медиамейкиндиктин заманбап коомдо коомдук-саясий абалга түздөн-түз таасирин тийгизе тургандыгына басым берилген. “Коомдук-саясий абал” түшүнүүн карай турган болсок, анда изилдөөчү М.Зеленковдун пикиринде: “Коомдук-саясий абал – бул баа берилүүчү географиялык мейкиндиктеги (дүйнөдө, региондо, мамлекетте ж.б.) коомдук-саясий акторлордун курамы, алардын муктаждыгы, кызыкчылыктары, максаттары, пландары, мүмкүнчүлүктөрү (каражаттары), алардын ортосундагы мамилелердин туруму, жасалуучу иш-аракеттердин мүнөзү, ошондой эле жаралуучу карама-каршылыктарды чечүүдө күч колдонууга таасир этүүчү шарттар жана факторлор”. [4] Коомдук-саясий абал коомдук туруктуулуктун деңгээлин, саясий процесстердин активдүүлүгүн, коомдогу маанай жана түрдүү социалдык топтор менен саясий институттар ортосундагы мамилелер менен мүнөздөлүүчү коомдун жана саясий системанын учурдагы турумун чагылдырат. Ошондой эле коомдук-саясий абал коомдук

туруктуулуктун деңгээлин, жарандардын маанайын, саясий институттардын активдүүлүгүн жана карама-каршылыктардын болушун мүнөздөгөн коомдун жана саясий системанын белгилүү бир учурдагы турумун сүрөттөйт.

Кыргызстандын заманбап медиамейкиндигинде жаңы медианын, анын ичинде платформалык технологиялардын (социалдык тармактар, мессенджерлер, онлайн оюндар, онлайн форумдар, хакатондор, блогдор жана башка санариптик платформалар) мааниси өсүүдө. “Жаңы медиа, өзгөчө социалдык медиа социалдык көгөйлөрдү чечүүдө барган сайын маанилүү роль ойноп жатат. Алар колдонуучуларга тез ой-пикирин билдирүү жана маалымат алмашуу үчүн аянтчаны гана камсыз кылбастан, коомчулуктун көңүл буруусун жана социалдык маселелерге катышуусун жана көгөйлөрдү чечүүгө көмөктөшөт”. [5, с. 150]

Учурда платформалык технологиялар коммуникациялардын өз ара аракеттешүүсүнүн аянтчасы болуп калды, анткени биз кайсы гана жерде болбойлу жана убакытын эрте-кечине карабастан ар түрдүү медиаконтенттерге кирүү мүмкүнчүлүгүбүз бар. Пол Гиллин өзүнүн “Таасирдин жаңы агенттери” аттуу китебинде “социалдык медиа бул колдонуучулардын бири-бири менен баарлашуусуна жана өз ара аракеттенүүсүнө мүмкүндүк берген ар кандай онлайн технологияларды камтыган ар тараптуу термин” деп белгилейт”. [6, с. 67]

Заманбап коомдо башка медиа булактары менен бирге интернеттин жайылуу деңгээли жыл сайын өсүүдө. Мамлекеттик органдар тарабынан коомчулуктун интернетке жана санариптик платформаларга жеткиликтүүлүгүн кеңейтүү боюнча жүргүзүлүп жаткан иштеринин алкагында жаңы медианы колдонуучулардын санынын өсүшү байкалууда. Ар кандай ачык булактардан алынган маалымат боюнча, Кыргызстанда 2025-жылдын биринчи кварталында активдүү интернет абоненттеринин жалпы саны 7,5 миллион адамды түзгөн. Он жыл мурда алардын саны 4,1 миллион болгон. Ошол эле учурда жаштар арасында интернет колдонуучулардын саны да жыл сайын өсүүдө. Буга көп функциялуу мобилдик телефон таасир эткен. Мобилдик телефондун абоненттеринин саны да жыл сайын өсүүдө. Ар кандай ачык булактардан алынган маалымат боюнча, 2025-жылдын экинчи кварталында мобилдик телефондун абоненттеринин саны 7 миллион 788 миңди түзгөн. Бүгүнкү күндө мобилдик

телефондордун саясий потенциалы өсүп жатат. Белгилей кетсек, Кыргызстанда мобилдик телефон колдонгондордун басымдуу бөлүгүн жаштар түзөт. Социалдык тармактарда жаштардын аудиториясын максималдуу камтуу учурда жаштардын жүрүм-турумун манипуляциялаган антикоомдук акциялардын уюштуруучуларынын бутасына айланууда. Ар кандай маалыматтар боюнча, Кыргызстанда жалпы калктын 35 пайызын (2025-жылдын январына карата Кыргызстандын жалпы калкынын саны 7 миллион 300 миң адам болгон) жаштар түзөт. Алар коомдун социалдык структурасында маанилүү орундардын бирин ээлейт, анткени жаштар Кыргызстандын маанилүү стратегиялык ресурстарынын бири катары өлкөдөгү коомдук-саясий абалга олуттуу таасирин тийгизет. Өлкөдө жаштардын катышуусуз бир дагы иш-чара өткөрүлбөйт.

Социалдык тармактар коммуникация каналы катары массалык иш-чараларды өткөрүүнүн жана үгүт иштеринин эффективдүү технологиясына да айланып баратат. Социалдык тармактардын жардамы менен 2019-жылдын ноябрь айында Кыргызстанда биринчи жолу коррупцияга каршы митинг (конкреттүү уюштуруучусу жок) уюштурулган. Социалдык тармактардын жардамы менен эл көп чогулган. Белгилүү болгондой, бул технология иш жүзүндө сыналган жана бүгүнкү күндө да ар кандай иш-чараларды уюштурууда колдонулат. Учурда Кыргызстанда мына ушул социалдык тармактар ар кандай массалык иш-чараларды уюштурууда чечүүчү факторго айланууда деп айта алабыз. Мисал катары 2010-жылы, 2020-жылдын октябрь айында болгон окуяларды жана азыр да өлкөдө болуп жаткан ар кандай митингдерди, чогулуштарды ж.б. келтирсек болот. Белгилей кетсек, медиамейкиндиги мамлекеттердин ичинде да, эл аралык аренада да коомдук-саясий турмушка активдүү катышат. Бирок, бул тенденциялар оң таасиринен тышкары терс мүнөзгө да ээ. Платформалык технологиялар коомдо чыңалуунун жана саясий туруксуздуктун атмосферасын түзүп, социалдык, улуттук, диний кагылышууларды жана массалык баш аламандыктарды жаратышы мүмкүн. “Социалдык тармактар маалымат агымын берүү каражаты гана эмес, коомдук пикир жана калктын маанайы калыптанган медиа чөйрөгө айланып баратат. Коомдук пикир адамдардын кандайдыр бир окуяларга карата белгилүү бир мамилесин калыптандырат, алардын аң-сезиминде туруктуу образдарды жаратат”. [7, с.

27] Социалдык тармактар массалык аң-сезимди жана жүрүм-турумду башкаруунун рычагы болгон башкы ньюсмейкерлерге айланды. Ошол эле учурда социалдык тармактар жалган медиаконтентти жайылтуу, калкты тез мобилизациялоо үчүн аянтча болуп калууда. Айрыкча, айрым анык эмес медиаконтенттин чыгымчыл эпизоддорун таратуу адамдардын тигил же бул окуяларга карата болгон көз карашын жана мамилесин калыптандырат, аң-сезимде туруктуу образдарды жаратат. Дал ушул образдар белгилүү бир убакытка чейин өзгөрүүсүз калып, массалык аң-сезимге жана жүрүм-турумга таасир эте алат. Мисалы, 2024-жылдын 17-майынан 18-майына караган түнү Бишкек шаарында нааразылык акцияларын уюштурууда алгач Telegram каналдарында, кийинчерээк башка социалдык тармактарда жана мессенджерлерде тараган чагымчыл видео роль ойногон. Бул видеонун тез тарап кетишине социалдык тармактын колдонуучулары тез аранын ичинде өз жазылуучуларына жөнөтүп, нааразычылыктарды жаратышкан. Бул коомчулукту адаштырып, жаштардын нааразычылыгын жаратып, массалык баш аламандыкка түрткү болгон.

Медиамейкиндиктеги массалык баш аламандыктын чагылдырылышын изилдөө үчүн автор тарабынан 2024-жылдын 17-майынан 19-майына чейин “Кабар”, “24кж”, “Kaktus.media” жана “Sputnik Кыргызстан” маалымат агенттиктеринин маалымат сайттарына мониторинг жүргүзүлгөн. Иликтөөнүн жүрүшүндө жаңылыктардын баш макалаларынын жалпы саны 110 түздү, анын ичинде “Кабар”-18, “24кж”-36, “Kaktus.media”-36 жана “Sputnik Кыргызстан”-20. Сөз болуп жаткан жаңылык порталдары, атап айтканда, “Kaktus.media” дээрлик ар бир окуяны башынан аягына чейин чагылдырып, эмне болуп жаткандыгы тууралуу маалыматты жеринде жеткирип турду. Маалыматты эффективдүү кабыл алуу үчүн фото жана видеоматериалдарды колдонуу менен “болуп жаткан окуяларды жазуу жүзүндө онлайн берүү” ыкмасын колдонуу жакшы натыйжа берет. Ошондой эле “Kaktus.media” жана “Sputnik Кыргызстан” маалымат агенттиги Кыргыз Республикасынын Ички иштер министрлиги берген 13-майдагы окуялардын хронологиясын жарыялашкан. Маалымат агенттиктери бул кырдаалды жөнгө салуу боюнча көрүлүп жаткан чаралар тууралуу коомчулукка ыкчам маалымат бериши коомдук пикирге оң таасирин

тийгизишкен. Бул окуянын оң чечилишине жана мамлекеттик органдардын иш-аракеттерине оң көз караштын калыптанышына маалымат агенттиктеринин ишмердүүлүгү таасир эткен, алар окуяны жана өлкөнүн министрлер кабинети тарабынан көрүлүп жаткан чараларды ыкчам чагылдырышкан. Белгилей кетсек, социалдык тармактар колдонуучуларга медиаконтентти талкуулоого жигердүү катышууга мүмкүндүк берип, идеологиялык биримдиктин психологиялык таасирин жаратты. Мында биз медианы аудиториянын информатору катары аянтча гана эмес, шериктеши, биргелешип уюштуруучусу катары да карасак болот.

Ошентип, деструктивдүү контенттин каналы катары медиамейкиндик мамлекеттин улуттук коопсуздугуна коркунуч келтириши мүмкүн. Заманбап маалыматтык коммуникациялардын өнүгүү шартында медиамейкиндикте маалымат агымдары менен өз ара аракеттенүү маданиятын калыптандырууга, инсандын жана коомдун маалыматтык коопсуздугун гана камсыз кылбастан, медиамейкиндигинде жакшы багыт табуу мүмкүнчүлүгүн бере турган медиасабаттуулукту өнүктүрүүгө көңүл буруу зарыл. Сабаттуу маалыматтык коомдун калыптанышы медиамейкиндигинин абалынан көз каранды, ага биринчи кезекте мамлекеттик саясат, дүйнөлүк коомчулуктун ааламдашуусу, маалыматтык жана санариптик технологияла, коомдун маалыматтык керектөөлөрү таасир этет.

Колдонулган адабияттар

1. Елисеева М.А. Медиапространство: социально-философский анализ // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика, 2019. Т.19, вып.1. – Режим допуска: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-1-4-7>.
2. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России: учеб. пособие для студентов вузов. – Москва: Аспект Пресс, 2015.
3. Дашевский Ю.А. Социально-политическая роль медиапространства информационного общества: дисс....канд. филос. наук. 09.00.11. – Тверь, 2017.
4. Зеленков М.Ю. Методология оценки конфликтности общественно-политической обстановки. – Режим допуска: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-otsenki-konfliktogennosti-obschestvenno-politicheskoy-obstanovki?ysclid=mcoh6zpyyy576793297>
5. Акматбекова Ж.А., Чжэн Си, Су Ян. Кытайда жаңы медиа технологияларды колдонуунун өзгөчөлүктөрү // Вестник КНУ им. Жусупа Баласагына, 2024, №4 (120), 145-152-бб.
6. Гиллин П. Новые агенты влияния. – Москва, 2010.
7. Токсоналиева Р.М. Медиапространство Кыргызстана // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – Россия–Барнаул. 2021, № 25, с. 23-30.

Рецензент: саясий и.к., доцент Абдикеримова Ж.Т.