

В чем специфика SMM в Кыргызстане, какие тренды можно выделить и что можно прогнозировать в будущем? С этими и другими вопросами редакция cabar.asia обратилась к нескольким медиаэкспертам Кыргызстана.

Сегодня новые технологии становятся неотъемлемой частью развития любого государства, в том числе Кыргызстана. Важность цифровизации, внедрения технологий «умного» города, интернетизации трудно переоценить. В связи с чем, нынешняя власть страны продвигает программу «Таза Коом», а активная часть гражданского общества пытается проанализировать и предугадать куда движется Кыргызстан по части развития новых технологий, рынка SMM, который все еще развивается.

Несомненно, что современные процессы в этой области несут как новые возможности для населения страны, так и риски. В чем специфика SMM в Кыргызстане, какие тренды можно выделить и что можно прогнозировать в будущем?

### **О преимуществах и угрозах новых технологий в обществе**

Количество разработанных новых технологий, направленных на упрощение и усовершенствование жизни человека, стремительно растет: начиная от создания нескольких видов растений, которые излучают свет в темноте (что позволяет экономить электроэнергию), заканчивая применением дронов в целях доставки продукции и в сфере сельского хозяйства.



Медиаэксперт Дина Маслова считает, что «большая польза социальных сетей и цифровизации — это свободный доступ к информации и обмену информацией, что является одной из главных человеческих свобод. Это дает огромные возможности для появления новых видов бизнеса, следовательно, трудоустройства людей, задействованных в интеллектуальных сферах деятельности, расширяет обмен знаниями между странами и людьми по всему земному

шару. И Кыргызстан не исключение, особенно как страны с низким уровнем производства и малым объемом полезных ископаемых. Кыргызстанцы могут учиться, работать в цифровом пространстве».

Тем не менее, как показывает практика, новые технологии также несут некоторые угрозы обществу. Говоря о рисках новых технологий, Дина Маслова выявляет важную проблему, связанную с тем, что

*«язык вражды в соцсетях, появление дискриминационного контента — это все эволюционная ступень в развитии цифровой цивилизации, когда пользователи, дорвавшись до свободного интернета, ведут себя часто не так как в жизни. Соблюдение цифровой гигиены и этики со временем придет, но до этого уровня нужно развиваться».*

Другой эксперт Денис Бердаков поднимает важную проблему раскола общества на полюсы мнений, что также связано с социальными сетями: «пользователи имеют возможность публиковать все, что угодно в социальных сетях сквозь призму своего мировоззрения, с одной стороны, это приводит к плюрализму точек зрения. С другой стороны, люди добавляются в группы с определенными ценностями, мировоззрениями и взглядами на жизнь».



*«На самом деле люди быстро показывают, что им нравится с помощью лайков, твитов, а далее создают и находятся в собственном информационном коконе, который разделяет их мировоззрения и ценности, поддерживает психологической комфорт, потому что находиться в одном информационном поле с теми людьми, которые всегда не согласны – это постоянный стресс».*

Эксперт продолжает, не забывая и о преимуществах новых технологий: «Если говорить о процессе цифровизации, то она интересна в отношении улучшения качества государственных услуг, когда каждый чиновник, государственные служащие могли бы эффективно и быстрее оказывать услуги. А в современном мире это очень важно».

### **О специфике социальных сетей и SMM в Кыргызстане**

Говоря о специфике рынка социальных сетей в нашей стране, Дина Маслова подчеркивает, что «сфера развивается постепенно, потому что малый бизнес, не имея бюджетов на традиционные виды рекламы, уходит в интернет. SMM-специалисты на рынке есть, но не всегда их квалификация соответствует запросам заказчиков. Недостаточно специалистов именно по digital-маркетингу, что более широкое понятие, чем SMM. Кроме того, большая часть специалистов по SMM универсальны. Со

временем, надеюсь, появятся более узкие специалисты, кто лучше продвигает медиа-проекты, а кто бьюти-индустрию».

Здесь же стоит отметить, что общая ситуация в Кыргызстане отличается от других стран Центральной Азии, России. В частности, Денис Бердаков выявляет специфические особенности в Кыргызстане: «развитие каждой социальной сети в каждой стране имеет собственную специфику. У нас безумно сильно развит Instagram как интересный феномен, причем именно кыргызский Instagram. В Кыргызстане Вконтакте гораздо слабее развит, чем в Казахстане и России, хотя казалось бы это соседние страны, но там есть политическое влияние в этой социальной сети, а у нас там сидят в большинстве аполитичные люди, которые слушают музыку и выкладывают фотографии. Еще один момент: в Кыргызстане не развита блогосфера, в отличие опять-таки от России и Казахстана».

Согласно глобальной статистике, Facebook остается самой популярной платформой в мире: более 1,54 миллиардов людей или 62,2% всех пользователей соцсетей в 2017 заходили в Facebook минимум раз в месяц. Нельзя не отметить важность сети Facebook для Кыргызстана, где сконцентрирована большая часть равнодушного гражданского общества, пытающегося внести свой вклад в развитие страны.

### **Взаимосвязь социальных сетей и политики**

Дина Маслова справедливо считает, что «Facebook в Кыргызстане, может влиять на политические процессы. Уже есть примеры, когда благодаря поддержке интернет-пользователей помогли людям, власти обращали внимание на какие-то проблемы, решались проекты по благотворительности, принимались политические решения о том, чтобы отозвать какой-то законопроект».

Аналогичного мнения придерживается Денис Бердаков, выявляя, что «с точки зрения электоральной политики, оказанием влияния на голоса это конечно Instagram потом уже Facebook, потом Одноклассники». Эксперт также делает прогноз о том, что

*«в ближайшие годы уровень интернетизации Кыргызстана повысится, это изменится и мы увидим политиков которые будут существовать в интернете, выкладывать ролики, вести социальные страницы, иначе будет крайне сложно выживать».*

В этом аспекте хотелось бы отметить, что по оценкам Cisco (Cisco Visual Networking

Index: Forecast and Methodology, 2016–2021), в 2017 году на видео приходится 69% всего интернет-трафика. После начала массового использования 5G можно ожидать, что популярность видеоформата стремительно возрастет, ведь появится возможность смотреть ролики высокого качества в любом месте с мобильных устройств. Также перспективным направлением для развития является применение live-видео политиками и пользователями. Согласно прогнозам, live-видео может стать перспективным направлением для многих компаний и информационных изданий.

### **О новых трендах и прогнозах в сфере социальных сетей**

Своевременное выявление и применение новых трендов в сфере социальных сетей позволяет как политикам, так и владельцам компаний и СМИ держать руку на пульсе. Согласно данным The State of Social 2018 Report, Facebook лидирует в сфере платной рекламы: 94% респондентов использовали рекламу в Facebook, на втором месте Instagram (44%), третье занимает Twitter (26%).



Говоря о Кыргызстане, глав ред. Kloop.kg Элдияр Арыкбаев выделяет тренд в развитии социальных сетей и продвижения материалов, связанный с эмоциональным окрасом информации: «новым трендом является то, что издания вынуждены добавлять какие-либо эмоции при шеринге своих статей, для того чтобы привлечь внимание аудитории. Но это опять же ведет немного к негативным вещам: когда мы говорим об эмоциях и журналистике, то эти вещи не должны быть

связаны друг с другом. В идеале необходимо подходить к новостным статьям беспристрастно. Не может быть каких-либо эмоций как у автора, так и у самого издания, но социальная сеть Facebook подталкивает к тому, чтобы у читателя вызывать эмоции, чтоб они взаимодействовали с их постами, это влияет и на качество информации. Есть издания, которые подходят к новостям без добавления эмоций, есть издания желтушные. Последние вызывают больше отклика от читателя, вследствие чего они получают больше каких-либо плюсов, чем те, которые работают без эмоций».

Также эксперт выделяет довольно модную тенденцию использования сети Instagram информационно-новостными изданиями: «Сейчас довольно популярным становится Instagram, но для информационных изданий здесь проблема в том, что в Instagram не дает возможность размещать свои ссылки.

Это очень сильно ограничивает издания, потому что они все так или иначе стараются

следить за своим траффиком, за посещаемостью, если они размещают какую либо картинку или фотографию в Instagram, это не приносит им посещаемости. Есть другой плюс в Instagram – издания могут его использовать не для того, чтобы повышать и активно расширять свою аудиторию, но в целом используют для того чтобы раскручивать свой бренд, потому что аудитория Instagram она очень широкая и распространена, в том числе, и в регионах».

И третий, не менее интересный тренд, как отмечает Элдияр Арыкбаев, заключается в том, что

*«аудитория того же Facebook начинает взрослеть, а молодые люди уходят в другие социальные сети, такие как Instagram или в тот же самый Twitter».*

Эксперты в сфере развития SMM выделяют еще один немаловажный тренд – персонализацию. По мере того как адресность и технологии улучшаются, ожидается развитие возможностей персонализации для видеоформата в 2018 году. Для общества и аудитории становится важным мнения opinion лидеров и личные истории.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что эволюция технологий будет еще больше набирать обороты, влияя на все сферы общественной жизни. Другой вопрос в том, чтобы максимально применять преимущества от них, минимизируя негативные последствия.

***Материал подготовила стажер IWPR Амина Калмаматова***