

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ВЛАСТЬЮ И ОБЩЕСТВОМ В КАЗАХСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А.К. Жунусова, Д.Е. Ниеткалиева

АННОТАЦИЯ

С развитием современных технологий диалог между властью и обществом всё больше переходит в цифровой формат. Расширяются возможности для обратной связи, увеличиваются разновидности форм онлайн-участия граждан, а также усиливается влияние современных средств массовой информации и социальных сетей. Это ведёт к изменениям образа власти и качества политической коммуникации. Поэтому исследовательский вопрос статьи заключается в том, как цифровые возможности влияют на политическое восприятие казахстанцев. Были изучены теоретические работы и прикладные исследования по политической коммуникации, проанализировано внедрение цифровых инструментов политической коммуникации, представлена роль доверия к традиционным и современным средствам массовой информации в формировании общественного мнения и политической вовлечённости. Основой исследования послужил метод анализа и интерпретации количественных и качественных вторичных данных. Проведенное исследование отражает информационные потребности и ценности граждан: лёгкий доступ к объективной информации, в том числе касающейся государственной власти; оперативное получение информации о событиях в удобном формате; построение демократичных «горизонтальных» коммуникационных связей; расширение возможностей для голосования в интернете и выражения своего мнения; эффективное использование факт-чекинга.

Ключевые слова: политическая коммуникация, социальные сети, власть, протестный потенциал, интернет

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Автор-корреспондент:

Жунусова А.К.,
zhunussova.aigerim.polit@gmail.com

Ссылка на данную статью:

Жунусова А.К.,
Басығариева Ж.А.,
Особенности политической коммуникации между властью и обществом в Казахстане в условиях цифровизации // *Адам әлемі*. – 2024. – №3(101). – С. 88-101.

Цифрландыру жағдайындағы Қазақстандағы билік пен қоғам арасындағы саяси байланыс ерекшеліктері

Аңдатпа. Заманауи технологиялардың дамуымен билік пен қоғам арасындағы қарым-қатынас уақыт өте цифрлық форматқа ауысуда. Кері байланыс мүмкіндіктері кеңейіп, азаматтардың онлайн қатысу түрлері көбейіп, қазіргі бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілердің ықпалы күшейе түсуде. Бұл биліктің бейнесі мен саяси коммуникация сапасының өзгеруіне әкеледі. Сондықтан мақаладағы негізгі зерттеу сұрағы – цифрлық мүмкіндіктер қазақстандықтардың саяси қабылдауына қалай әсер ететіндігі болып табылады. Саяси коммуникация жөніндегі теориялық жұмыстар мен қолданбалы зерттеулер сарапталып, саяси коммуникациядағы цифрлық құралдардың енгізілуі талданды, қоғамдық пікір мен саяси қатысуды қалыптастырудағы дәстүрлі және заманауи бұқаралық ақпарат құралдарына деген сенімнің рөлі көрсетілді. Зерттеудің негізі ретінде сандық және сапалық қосалқы деректерді талдау және түсіндіру әдісі пайдаланылды. Жүргізілген зерттеу азаматтардың ақпараттық қажеттіліктері мен құндылықтарын көрсетеді: мемлекеттік билікке қатысты объективті ақпаратқа оңай қол жеткізу; оқиғалар туралы ақпаратты ыңғайлы форматта жедел алу; демократиялық «көлденең» коммуникациялық байланыстарды құру; интернет арқылы дауыс беру және өз пікірін білдіру мүмкіндіктерін кеңейту; факт-чекингті тиімді пайдалану.

Түйін сөздер: саяси коммуникация, әлеуметтік желілер, билік, наразылық әлеуеті, интернет.

The Features of Political Communication Between the Authorities and Society in Kazakhstan in the Conditions of Digitalization

Abstract. As a result of the development of modern technologies, the interaction between the government and society is moving into a digital format. There are more opportunities for feedback, more varieties of online citizen participation forms, and the influence of modern mass media and social networks is increasing. This leads to changes in the image of power and the quality of political communication. Therefore, the research question of the article is how digital opportunities affect the political perception of Kazakhstanis. Theoretical works and applied research on political communication were studied, the introduction of digital tools of political communication was analyzed, the role of trust in traditional and modern mass media in shaping public opinion and political involvement was presented. The research is based on the method of analysis and interpretation of quantitative and qualitative secondary data. The conducted study reflects the information needs and values of citizens: easy access to objective information, including that related to government; prompt receipt of information about events in a convenient format; building democratic «horizontal» communication links; expanding opportunities for voting on the Internet and expressing one's opinion; effective use of fact-checking.

Key words: Political Communication, Social Networks, Power, Protest Potential, Internet.

Введение

На сегодняшний день можно наблюдать увеличение способов политической коммуникации и усиление воздействия информационной среды на формирование общественного мнения, что проявляется за счёт быстрого распространения информации посредством новых медиа, социальных сетей и интернет-площадок, а также за счёт внедрения новых цифровых инструментов политического участия и каналов обратной связи с властью. Это расширяет возможности влияния власти на граждан, усиливает прозрачность и открытость правительств разных стран, преобразует институт репутации государственных служащих и неизбежно влияет на процессы демократизации, поэтому повышает необходимость изучения новых подходов к государственному управлению.

Большое количество современных теорий основано на концепции информационного общества (И.Масуда [1], Д.Белл [2], Э.Тоффлер [3]), подходах к его интерпретации и объяснению функционирования (Ю.Хабермас [4], М.Кастельс [5] и др.). Изучение медиа-коммуникации можно найти в книгах таких известных исследователей как Клэй Ширки [6], Касс Санстейн [7], Шерри Туркл [8], Итан Зукерман [9], Говард Рейнгольд («умная толпа») [10] и др. Сформированы теории, которые применяются при изучении цифровой среды, в особенности известны такие теории как теория медиафреймов о конструировании сред-

ствами массовой информации общественной точки зрения, «эхо-камер» о замкнутом информационном пространстве, которое возникает из-за того, что индивиды сталкиваются с информацией, подтверждающей их существующие убеждения и взаимодействуют в основном с теми, кто разделяет их взгляды. Большое значение имеет теория цифрового разрыва [11] о разных возможностях и ресурсах к доступу информации и технологиям, что также имеет название «цифровой барьер». Для повышения участия граждан и включения их в цифровые платформы зачастую используют подход краудсорсинга, который нацелен на разработку политики и принятия решений большими группами людей, «коллективным интеллектом». Эффект от краудсорсинга анализируется в научной литературе в основном при изучении вопросов электронной демократии.

Особое значение приобретают социальные сети, которые уже давно выступают в качестве площадок для обсуждения политических событий, выражения гражданской позиции и организации общественной мобилизации. В то же время для государственных структур социальные сети представляют собой важный инструмент для воздействия на общественное мнение, проведения информационной политики и мониторинга общественного настроения. Поэтому множество современных политических и социальных исследований посвящено тому, как интернет меняет политическую коммуникацию и взаимодействие между

властью и обществом. Так, например, ряд исследований приходят к выводу, что интернет способствует развитию демократизации [12], меняет государственное управление, повышая эффективность правительств и местных властей при кризисах [13; 14] (например, при COVID-19), меняет информационное поведение [15] и политическое участие граждан [16], а также их социальные связи [17].

Особый интерес представляет в научном сообществе изучение влияния социальных сетей на общественное доверие [18], получение и восприятие политической информации разными возрастными и образовательными группами [19; 20]. Всё чаще в современных исследованиях используются новые термины, такие как «цифровая грамотность», «медиаграмотность», «интернет вещей», «цифровое гражданство», которое в том числе подразумевает политическое участие в интернете.

Есть также и исследования, посвящённые изучению того, как используется интернет в условиях авторитаризма и государственного контроля, что получило название «цифровой авторитаризм» [21]. Другие исследования сосредоточены не только на положительном потенциале интернета, но и рассматривают интернет как среду, через которую может происходить разжигание ненависти, увеличение разногласий, а также дестабилизация политической обстановки [22].

Несмотря на ряд научных трудов и экспертных дискуссий, посвящённых изучению отношения власти и общества в Казахстане [23-30] и казахстанскому медиа-пространству [31; 32; 33] важно расширять рассмотрение данных аспектов и обращать внимание как на возможности, которые несут в себе новые условия информационной среды, так и на риски, которые могут заключаться в растущей уязвимости граждан к дезинформации и фейкам. Соответственно, политическая коммуникация в интернете не может являться однозначной: с одной стороны, она через трансляцию образа власти может повысить и укрепить доверие граждан, даёт широкие возможности для выявления социальных запросов, расширения конвенционального политическо-

го участия граждан; а с другой стороны, использование неэффективных способов коммуникации в интернете государственными органами может дать обратный эффект в виде превалирования недовольств, давления агрессивной информационной среды, распространения ложной информации, популяризации негативного образа власти, повышения протестного потенциала.

Методы исследования

Исследование направлено на изучение каналов взаимодействия между властью и обществом в цифровой среде и выявлению особенностей их влияния на представления граждан о власти. Настоящая статья подготовлена в рамках научного проекта «Влияние СМИ на восприятие казахстанцами образа власти» (AP22684871) и ставит целью расширить понимание особенностей политической вовлечённости населения, опираясь на уже имеющийся научный задел и эмпирическую основу, продолжить исследовать отношение казахстанцев к власти.

В ходе написания статьи были изучены исследования по влиянию интернета и социальных сетей на общественное восприятие, а также рассмотрены теории политической коммуникации, в том числе данная статья опирается на концепции информационного общества и медиафреймов. Также были изучены внедрённые в Казахстане цифровые технологии обратной связи.

Статья основывается на методе вторичного анализа данных количественного опроса 1999 респондентов и 16 качественных фокус-групп из разных областей Казахстана, полученных в проекте «Протестный потенциал в Казахстане: особенности, факторы и тренды» [34]. Один из авторов настоящей статьи являлся членом данного проекта, а также автором главы опубликованного исследования [35]. Полученные данные стали предпосылками и «отправной точкой» к текущему изучению взаимоотношений власти и общества в рамках нового проекта по влиянию СМИ на восприятие казахстанцами образа власти, а их обработка и интерпретация в контек-

сте исследования образа власти позволила расширить прошлые результаты и получить новые. Так, если в рамках прошлого исследования фокус был направлен на протестное поведение граждан, то особенностью исследовательского ракурса в данной статье является сосредоточенность на значении интернета и социальных сетей в политической коммуникации и определении того, как зависит сложившийся в обществе образ власти от источников получения информации гражданами и доверия к ним.

Таким образом, использование метода вторичного анализа обосновано разницей в преследуемых исследовательских целях и достижением новых выводов. В рамках данного исследования и статьи интерес представляют полученные результаты о том, какую роль в восприятии граждан имеет доверие к новостному контенту, зависит ли образ власти от воздействия определённых видов СМИ, например государственных или негосударственных, какие информационные факторы и ценностные убеждения могут влиять на формирование позитивного образа власти и поведения в интернете.

В соответствии с поставленными целями текущее исследование опирается на количественные данные, связанные с информационным фактором взаимоотношений власти и общества, а особенности политической коммуникации анализируются с помощью качественного анализа данных фокус-групп, отбор которых происходил посредством тематического структурирования. Фокус-группы были проведены как при непосредственном офлайн контакте с интервьюером, так и онлайн посредством платформы Zoom в городах Тараз, Астана, Кызылорда, Актобе, Алматы, Жезказган, Караганда, Атырау, Усть-Каменогорск, Петропавловск, Мангистау (Жанаозен).

Так как социологическое исследование проводилось в 2021 году это, с одной стороны, позволило учитывать влияние пандемии на развитие казахстанского общества и наблюдать за динамикой развития отношения казахстанцев к цифровым политическим коммуникациям, с другой стороны, сопоставить полученные данные с сегод-

няшними условиями цифровизации и изучить возможности и перспективы, связанные с построением стратегий политической коммуникации.

Влияние интернета и социальных сетей на политическую коммуникацию в Казахстане

В Казахстане в 2017 году была утверждена Государственная программа «Цифровой Казахстан» [36], которая предполагает как цифровизацию экономики, так и развитие электронного правительства [37]. В выступлении на Национальном курултае 2024 года Президент Касым-Жомарт Токаев отметил: «Казахстан должен стать территорией тотальной цифровизации и ускоренного развития искусственного интеллекта. Это наша стратегическая задача. Данная технология уже в ближайшем будущем кардинально преобразит мир. Мы должны во всем соответствовать прогрессивным стандартам современной цивилизации цифровых номадов» [38]. Таким образом, Казахстан стремится повсеместно внедрять и расширять цифровые технологии, в том числе и в государственном управлении. Это значительно упрощает каналы связи между государством и обществом, создаёт больше возможностей для граждан, а также влияет на культуру и поведение, создавая новые формы политического участия и новый образ жизни.

Развитию политической коммуникации в интернете способствовала концепция «Слышащего государства» [39], которая предполагает реализацию принципов прозрачности, «обратной связи» и открытости органов государственной власти перед обществом.

В соответствии с этим действует цифровая система «Открытое правительство» с платформами «Открытые данные», «Открытый диалог», «Открытые НПА», «Открытые бюджеты» [40] и т.д. Данные сайты представляют собой положительную практику внедрения информационных технологий во взаимодействии власти и общества. Так, по состоянию на май 2024 года количество открытых данных на портале <https://data.egov.kz/> составило более

3,7 тысяч, открытых проектов НПА более 130 тысяч, количество обращений более 482 тыс., количество проектов бюджетных программ более 172 тысяч. Внедрён единый call-center госуслуг, а также сервис e-Otinish, который позволяет гражданам оформить обращение или информационный запрос у государственных органов.

Большое значение имеет внедрение в 2024 году официального сайта для создания онлайн-петиций <https://epetition.kz/>, при этом если петиция набирает 2,5 тысяч подписей, то она будет рассмотрена государственными органами соответствующего уровня, а петиция с 50 тысячами подписей будет рассмотрена Правительством. Поэтому регламентация института петиций создаёт перспективы для гражданского общества и является стимулом к повышению осведомленности и политического участия населения.

В социальных сетях созданы официальные аккаунты различных государственных органов, которые могут быстро реагировать на отметки гражданами в социальных сетях с запросами обратиться госорганы внимание на ту или иную проблему. Следует отметить, что многие представители политической элиты, депутаты, министры, представители органов власти на местах стали использовать аккаунты в социальных сетях для связи с населением.

Таким образом, Казахстан демонстрирует позитивные тенденции в создании цифровой инфраструктуры и расширении каналов связи с обществом, а также доступности онлайн-услуг. При этом имеют место и барьеры политической коммуникации, так, например, не все граждане могут быть проинформированы о способах связи с госорганами или о том где находить ту или иную информацию. Всегда актуален вопрос медиаграмотности в обществе и заинтересованности граждан в политическом участии, их политическая активность, которые отражают уровень доверия к власти, политические стереотипы в обществе, а также результат социально-политического опыта граждан.

Количественные результаты [34; 35] демонстрируют, что роль интернета и социальных сетей в Казахстане усиливается.

Во многом это связано с представленностью средств массовой информации в интернете, практически все популярные СМИ имеют свои страницы/паблики в социальных сетях. Согласно опросам, среди тех респондентов, которые считают, что граждане могут повлиять на власть в стране (33,5%), на вопрос «Какой канал влияния на власть Вы считаете наиболее эффективным?» 40,6% респондентов выбрали вариант «обращение в СМИ», что стало вторым по популярности ответом после «голосования на выборах» (48,6%).

То есть, в представлении респондентов для органов власти имеет значение именно освещение информации в СМИ. Это подчеркивает, представление респондентов о том, что власть прислушивается к средствам массовой информации и в восприятии общества СМИ действительно могут являться механизмом влияния, опережающим такие каналы влияния как участие в выступлениях протеста, неразрешенных акциях, в работе общественных организаций, обращениях в суд, участие в деятельности политических партий, профсоюзов и действия через свои личные связи. При этом следует подчеркнуть, низкий уровень веры в способность влиять на политическую ситуацию у респондентов говорит об актуальности исследуемой темы и может выступать фактором, влияющим на негативизацию образа власти, формирование пассивного политического поведения.

В свою очередь, подписание онлайн-петиций составляет 24,8%, что указывает на положительную и устойчивую роль интернета в коммуникации граждан с властью. Доказательством этого служит и то, что на вопрос «в каких из перечисленных действий вы когда-либо принимали участие?» 12,9% опрошенных ответили, что подписывали онлайн-петиции, что выше, чем, например, участие в деятельности политических партий или участие в деятельности профсоюзов, общественных организаций.

Примечательно, что если обращения в СМИ считают эффективным респонденты во всех образовательных группах, то подписание онлайн-петиций положительно оценивать склонны в основном респонденты с незаконченным

высшим 28% и высшим образованием 30,9%. В региональном разрезе наиболее эффективным инструментом обращения в СМИ считают в Северо-Казахстанской 85,4% и Костанайской областях 50,9%, а подписание онлайн-петиций в Карагандинской области 50%.

Официальные ресурсы информации граждане воспринимают по-разному. Положительным аспектом является то, что респонденты доверяют прежде всего, информации из традиционных СМИ и официальных сайтов (51,7%), так как доверие официальным источникам транслирует доверие к органам власти и препятствует подверженности общества дезинформации и фейкам, зачастую содержащимся в социальных сетях. Таким образом, существующие официальные информационные каналы способны поддерживать связь между властью и обществом и могут выступать средством, например, при регулировании различного рода конфликтов.

«Относительно доверия, я думаю, у нас народ еще доверяет официальному телевидению. А по поводу бытовых новостей, то это социальные сети» - респондент - мужчина.

Традиционные СМИ ассоциируются у респондентов как транслирующие официальную позицию власти, поэтому в большинстве случаев информация, представленная традиционными ресурсами, пользуется доверием у населения. В особенности это проявляется по поводу наиболее важных вопросов или в кризисные периоды, например в период пандемии.

*«Самое главное - это вакцинация детей, все ждут опровергнут или нет. (*примечание: респонденты ждут комментариев властей и ориентируются на официальную информацию)»* - респондент-женщина.

*«Иногда там (*примечание: whatsapp) сомнительные слухи. Захожу в официальные сайты, КТК, Информбюро перепроверяю»* - респондент - женщина.

*«Конечно на официальные (*примечание: ориентируются), частные (*примечание: источники информации) там наговаривают фейков постоянно. Официальные это проверенные же уже»* - респондент-женщина.

Социальным сетям доверяют 24,5% респондентов, и со временем этот показатель может расти. Как демонстрируют результаты, молодые люди более склонны доверять социальным сетям, вероятно, потому что соцсети, как правило, являются их основным источником информации. Респонденты в возрасте до 24 лет испытывают доверие к информации из социальных сетей 19%, а к информации из традиционных СМИ и официальных сайтов 13,9%. Среди возрастной категории 45лет-54 года 12,2% ориентируются на социальные сети и 18,3% доверяют информации из традиционных СМИ и официальных сайтов. Другие возрастные категории не имеют значительного разрыва в доверии к источникам информации, таким образом, возраст аудитории, которая доверяет социальным сетям несколько ниже аудитории традиционных СМИ, что является общезакономерной тенденцией.

Несмотря на то, что в обществе доверие официальными источниками выше, чем социальным сетям, одним из больших преимуществ социальных сетей в общественной коммуникации является быстрое реагирование пользователей в соцсетях на происшествия и события.



Диаграмма 1 – Доверяете ли вы информации, получаемой из социальных сетей, от блогеров, или в получении важной информации ориентируетесь на телевидение и официальные сайты? (% от общего числа опрошенных) [35]

«Если учитывать время нахождения в социальных сетях, то большую часть информации мы берем из социальных сетей. Даже если сравнивать, по телевизору - новости в определенное время, а в социальных сетях как что-то случилось показывают и уже люди знают. А потом уже могут увидеть тоже самое по телевизору по большей части» - респондент-женщина.

При этом некоторые из респондентов во время фокус-групп отмечали, что причинами доверия социальным сетям является скорее недоверие официальным источникам, однако следует отметить, что это не может выступать объективной единственной причиной.

«Я думаю, что, к сожалению, наши люди испытывают недоверие к Правительству, к власти и не доверяют официальной информации, а доверяют больше социальным сетям, хотя на мой взгляд это в корне не верно» - респондент-мужчина.

Количественный опрос показал, что та группа респондентов, которая доверяет информации из социальных сетей в большей степени доверяют акимам (45,5%), в группе доверяющих традиционным и официальным источникам одобрение акимов составило 39,7%. Это говорит о том, что доверие социальным сетям далеко не всегда связано с недоверием к госорганам и не во всех случаях противопоставляется с официальными источниками информации.

При этом некоторые респонденты могут считать, что социальные сети способны представить более объективную картину, что в свою очередь респондентами зачастую противопоставляется положительному образу государства, созданному телевидением. Это говорит о том, что необходимо повышать качество и объективность телевизионных программ, например, расширять представленность экспертов и учёных на телевизионных передачах.

«По телевидению, я считаю, мы видим то, что нам «дают», по инстаграм всё равно просачивается что-то правдивое» - респондент - женщина.

«Почему вот сказали, что в последние пять лет улучшилось, потому что мы стали более осведомленны, стало более открыто всё это в интернете можно информацию эту посмотреть. Потому что по телевизору информации не будет, по телевизору как было вот, «всё у нас хорошо, гладко и пушисто», так и будет. Если в интернет дальше капнешь, когда мнение людей слушаешь которые те же самые дальнобойчики выходили и мнение то, что было по телевизору, они

вообще не сходятся. Поэтому мы сейчас более осведомлены. Мы конечно болеем за свою страну, мы в курсе всех событий» - респондент-женщина.

Представление о власти, таким образом, может формироваться в зависимости от того выбирают индивиды государственные или негосударственные СМИ как основной или предпочтительный источник информации.

Многие граждане с распространением социальных сетей становятся более опытными и уже понимают необходимость перепроверки информации, осваивают навыки фактчекинга. Со временем данная тенденция будет расти, так как необходимость информационной грамотности в современном глобализирующемся мире повышается, и приобретая новый опыт, население будет становится более устойчивым к информационным вбросам.

«Я стараюсь найти в другом источнике такую же информацию. Ну, по типу факт-чек. Например, вышло постановление врача, от том, что нельзя ходить в кафе. Мне нужно зайти на сайт акимата и найти там это постановление официальное и прочитать» - респондент-мужчина.

Кроме того, респонденты отмечают, что воспринимают публикацию собственных взглядов в интернете социально значимым поступком, так как это даёт им способность информационно и ценностно влиять на социально-политические процессы. Это говорит о стремлении и потребности граждан быть интегрированным в социально-политические процессы и иметь влияние через собственные взгляды.

«Почему вы стремитесь выразить свою позицию в интернете?»

- Ну в первую очередь, потому что я гражданин своей страны, во-вторых, гражданин нашей планеты, и я чувствую свою индивидуальность и чувствую, что нужно выразить свою гражданскую позицию, позицию человека, тем более что у тебя есть аудитория, которая тебя слышит и слушает. И если я таким образом могу повлиять как-то на осознанность человека, то почему бы нет» - респондент-женщина.

Респонденты могут использовать со-

циальные сети как более эффективный инструмент политической коммуникации по причине того, что при публикации своих взглядов в социальных сетях граждане испытывают меньше страха, чем, например реальный выход на протесты, и способны более открыто говорить в интернете о своих недовольствах и запросах.

«- А есть ли более эффективные способы обращения, например к Президенту? - Интернет

- Социальные сети. А так пойти на митинг я бы тоже побоялась туда. Бывает забирают как бы не знаю куда, скручивают руки. Просто боюсь пойти на

митинг» - респондент-женщина.

В казахстанском обществе социальные сети могут выступать не только источником формирования общественного мнения, но также служить «высвобождением» недовольств, тем самым снижая протестность и открывая возможности власти «услышать» граждан.

«Я обычно комментирую интересные посты о ситуации в нашей области, в Казахстане, в общем, а также я публикую иногда сторисы с тем, что меня задевает на данный момент там, то, что я вижу неправильно работу чью-то и.т.д.» - респондент - женщина.

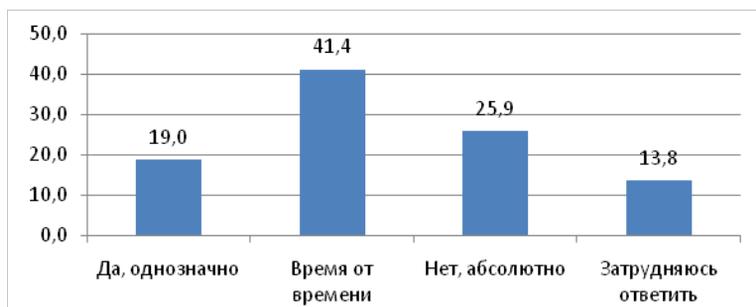


Диаграмма 2 – Воспринимаете ли вы социальные сети, форумы, как место, где вы можете пообщаться с единомышленниками? (% от общего числа опрошенных) [35]

Большинство респондентов (60,4%) ответили, что социальные сети, форумы однозначно или время от времени выступают в качестве средства общения с единомышленниками. При этом в разрезе образования респонденты с неполным средним образованием чаще считают, что социальные сети однозначно являются платформой общения единомышленников 39,4%, в остальных группах по уровню образования этот процент составлял ниже 20% и респонденты больше склонялись к ответу «время от времени». В целом, это указывает на то, что социальные сети помогают гражданам в формулировании единой информационной повестки, в формировании общественного мнения. Таким образом, государственные органы через мониторинг социальных сетей могут более отчетливо видеть запросы граждан.

Помимо возможностей для граждан в повышении осведомленности и выражении своей точки зрения, а для органов власти в установлении способа обратной связи с населением, социальные

сети также могут влиять на протестное политическое поведение. Поэтому важно рассмотреть, как граждане воспринимают протесты, какую роль играет в этом восприятии интернет.

Как выяснилось, о митингах, забастовках, протестных акциях и пикетах граждане прежде всего узнают из социальных сетей, таких как Фейсбук, ВКонтакте, Инстаграм, и из сообщений в мессенджерах (57,4%), что говорит об их преимуществе над телевизионными новостями, откуда информацию о протестах узнают только 18,2% респондентов.

При этом, как те респонденты, которые доверяют социальным сетям, так и те, кто доверяет традиционным СМИ ответили, что получают информацию о протестах из социальных сетей (46,3% и 46,2%), что говорит о высокой эффективности социальных сетей в распространении информации. Больше всего это характерно для Карагандинской области 61%, Павлодарской области 58,1%, Актюбинской области 55,1%.

Чтобы понять уровень информиро-

ванности о конвенциональных способах участия, был задан вопрос о том знают ли респонденты об уведомительном характере митингов. Выяснилось, что 50% опрошенных не осведомлены о внесении изменений в закон о митингах, согласно которым митинг носит не

разрешительный, а уведомительный характер. При этом процент осведомленных респондентов составил 41,1%, что говорит о заинтересованности большей части населения политикой и потенциале развития политической и гражданской активности.



Диаграмма 3 – Если в вашем населенном пункте/области проходят или проходили какие-либо митинги, забастовки, протестные акции, пикеты, то из каких источников вы обычно узнаете об этом? (% от общего числа опрошенных) [35]

Данную тенденцию подтверждают и сами респонденты: треть опрошенных считает, что за последний год количество митингов, демонстраций и выступлений протеста в Казахстане увеличилось.

ственных реформах так или иначе представлена в социальных сетях.

Результаты исследования показывают, что на вопрос примут ли респонденты участие в массовых выступлениях протеста с политическими требованиями среди доверяющих социальным сетям ответили «скорее всего да» 30,5%, а среди доверяющих традиционным СМИ этот процент составил 11,9%. Несколько меньше респонденты склонны принимать участие в выступлениях с социально-экономическими требованиями: 26,7% доверяющих социальным сетям и 14,4% тех, кто доверяет традиционным СМИ и официальным сайтам.

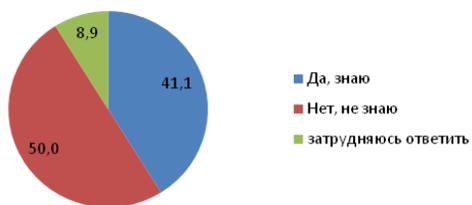


Диаграмма 4 – Знаете ли вы о том, что в Казахстане с 2021 года проведение митингов носит не разрешительный, а уведомительный характер, т.е., не надо спрашивать разрешения на митинг, а просто поставить власти в известность о мероприятии? (% от общего числа опрошенных) [35]

Несмотря на то, что в процентном соотношении потенциал участия в протестах тех, кто доверяет социальным сетям несколько выше, это не означает, что сама вовлечённость в социальные сети влияет на протестность. Скорее социальные сети служат платформой, в которой собираются индивиды со схожими взглядами, и так как социальные сети более свободны для выражения критики, то их использование в качестве соответствующей локации более рационально.

Также стоит отметить, что готовность

При этом, те кто доверяет социальным сетям более осведомлены об уведомительном характере митингов (53,7%), нежели те, кто доверяет традиционным СМИ и официальным сайтам (39,7%). В целом, это можно считать положительной тенденцией, так как означает, что информация о государ-

респондентов принять участие в массовых выступлениях оценивается ими ниже, чем их общий прогноз вероятности того или иного характера протестов в ближайшее время в их городе/селе. Респонденты, доверяющие социальным сетям, оценивают вероятность митингов и выступлений как «возможны», «скорее возможны» и «возможны в другом населённом пункте» чаще (с социально-экономическими требованиями – 64,5%; с политическими требованиями – 62,3%), в сравнении с доверяющими традиционным СМИ и официальным сайтам (с социально-экономическими требованиями – 58,7%; с политическими требованиями – 48,2%). Это говорит о том, что в социальных сетях и в традиционных СМИ протестный потенциал транслируется и воспринимается гражданами по-разному. Поэтому важно рассматривать социальные сети как способ установления и регулирования взаимоотношений между властью и обществом, использовать их в первую очередь в качестве площадки для коммуникации.

Социальные сети сложнее контролировать и снижать риски их деструктивного воздействия, однако, при эффективных решениях и политических технологиях со стороны государства, социальные сети могут выполнять, напротив, функцию снижения политической напряженности. Ведь именно в социальных сетях содержится контент, в котором сконцентрированы основные проблемы населения, поэтому с их появлением обнаружение социально значимых проблем становится более простым и удобным. Благодаря социальным сетям государственный аппарат имеет возможность проводить на постоянной основе мониторинг мнений, вовремя выявлять и разрешать конфликтный потенциал, что значительно увеличивает качество реализации государственной политики.

Заключение

Коммуникация между властью и обществом всё больше переходит в цифровой формат. Постепенная реализация концепции «Слышащего государства»,

а также проведение в Казахстане ускоренной цифровизации имеет ряд преимуществ и создаёт прочную основу для диалога между властью и обществом.

Выводы исследования дают понять, что респонденты видят разницу в позиционировании и трансляции образа власти через государственные и негосударственные СМИ. В особенности влияет на выстраивание образа власти новостной контент. Результаты исследования показывают, что граждане хотят владеть информацией о социально-политических событиях и быть оперативно осведомлёнными. На этом фоне в восприятии населения возрастает значение средств массовой информации как института гражданского общества, в том числе это происходит в силу широкой представленности СМИ в социальных сетях. Поэтому обращения в СМИ становятся одним из наиболее влиятельных инструментов воздействия на политическую действительность.

Количественные и качественные данные демонстрируют, что стремление респондентов публиковать собственное мнение в социальных сетях, информационно влиять на социально-политическую ситуацию говорит о наличии гражданских ценностей и ценностей самовыражения среди респондентов. Такое представление подразумевает определённый желаемый образ власти, поэтому одним из факторов, определяющих её имидж, будет показатель соответствия демократическому стилю управления. Граждане хотят не только оставаться потребителями информации, но также выражать свои взгляды, используя для этого социальные сети. Поэтому социальные сети с одной стороны способ узнать информацию, с другой стороны удобный способ публиковать собственное мнение и обсуждать его с единомышленниками. Некоторые респонденты подчеркивают, что рассматривают высказывания в социальных сетях как часть гражданского долга. Таким образом, в социальных сетях может формироваться общественное мнение, а различные мониторинговые программы способны облегчить задачу его выявления.

Население доверяет в первую очередь официальной информации и традиционным СМИ, нежели социальным сетям, но отмечают необходимость в том, чтобы традиционные средства массовой информации были более объективными. При этом использование социальных сетей является популярным и более быстрым способом получения информации о событиях, позволяет пользователям узнать разные точки зрения. Исследование показывает, что о митингах, забастовках, демонстрациях граждане узнают в первую очередь из социальных сетей, это говорит об их высокой эффективности в распространении информации.

Разная оценка протестного потенциала респондентами, которые доверяют социальным сетям и традиционным СМИ говорит о том, что каналы связи могут существенно влиять на образ власти. При этом часть граждан может быть уязвима к фейковой информации, поэтому государству целесообразно постепенно внедрять инструменты повышения информационной грамотности, обучения граждан фактчекингу. В этой связи полезно прибегнуть к международному опыту государственного управления и информационной политики развитых стран. Также со временем пребывания в социальных сетях пользователи могут накапливать опыт и становиться более устойчивыми к дезинформации, лучше начинают понимать необходимость фактчекинга.

Казахстанцы имеют высокий запрос на социально-политическое участие и положительно воспринимают цифровые технологии для реализации своих политических интересов, социальные медиа, онлайн-петиции и форумы, электронные обращения, онлайн-порталы и др. В этой связи внедрение правовых механизмов регулирования цифровых форм активности, в том числе института петиций, имеет большую перспективу развития. Всё больше граждан стремятся выражать свою позицию через подписание онлайн-петиций, так как такое политическое участие является конвенциональным и технически удобным.

Полученные данные приводят к выводу о том, что в формировании положительного образа власти к эффектив-

ным методам будут относиться методы основанные не на контроле медиа-пространства, а на мониторинге социальных сетей, быстром реагировании на политические события, превентивном снижении имиджевых рисков, наличии методов диагностирования и преобразования негативных информационных поводов, способов разоблачения фейковой информации и противодействия ей.

Финансирование

Исследование проведено в рамках грантового научного проекта AP22684871 «Влияние СМИ на восприятие казахстанцами образа власти», финансируемого Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грантовое финансирование исследований молодых ученых по проекту «Жас ғалым» на 2024-2026 гг.).

Благодарность

Авторы статьи выражают глубокую признательность заведующей кафедрой политологии и политических технологий Казахского национального университета имени аль-Фараби Насимовой Г.О. за научные консультации и всестороннюю поддержку молодых ученых, а также благодарят весь исследовательский коллектив, чей вклад способствовал получению научных данных.

Список литературы

- 1 Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society / World Future Society, 1981. – 171 p.
- 2 Bell D. The Coming of Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting // Basic Books, 1973. – 507 p.
- 3 Тоффлер Э. Третья волна. – М.: «Издательство АСТ», 1999. – 784 с.
- 4 Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: Исследования относительно категории буржуазного общества. – М.: Издательство «Весь Мир». 2016. – 344 с.
- 5 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
- 6 Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations. – New York: Penguin Press, 2008. – 327 p.
- 7 Sunstein C. Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge. – Oxford University Press; 1st edition, 2008. – 304 p.
- 8 Turkle S. Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age. – Penguin Books; Reprint edition, 2016. – 448 p.
- 9 Zuckerman E. Rewire: Digital Cosmopolitans in the Age of Connection. – W. W. Norton & Com-

pany, 2013. – 288 p.

10 Rheingold H. Smart Mobs: The Next Social Revolution. – Basic Books; Revised ed. Edition. 2003. – 288 p.

11 Jan van Dijk. The digital divide. – Cambridge, UK: Polity. – 2020. – 208 p.

12 Sathita D. The impact of the internet on the development of democracy in Thailand // *RUDN Journal of Political Science*. – 2019. – Vol. 21. – N. 1. – P. 118-128.

13 Hanchen Jiang, Xiao Tang Effects of local government social media use on citizen compliance during a crisis: Evidence from the COVID-19 crisis in China // *Public Administration*. – 2022. – №101(3). – Pp. 843-864.

14 Adikpo J. A. Adoption of Social Media during Covid-19 Pandemic by African Presidents: A Cross-Sectional Study of Selected Facebook Accounts // *Journal of Communication Inquiry*. – 2023. – №47(2). – Pp. 145-167.

15 Yavetz Gal et al. The users' point of view: towards a model of government information behavior on social media // *Heliyon*. – 2022. – №8(8).

16 Boulianne S. Participatory Inequality Across Countries: Contacting Public Officials Online and Offline // *Social Science Computer Review*. – 2023. – №41(4). – Pp. 1336-1362.

17 Li Z., Liu F. Online-Network-Group Use and Political-Participation Intention in China: The Analysis Based on CSS 2019 Survey Data. // *Behavioral Sciences*. – 2023. – №13(4). – P. 302.

18 Osman Sabri Kiratli. Social Media Effects on Public Trust in the European Union // *Public Opinion Quarterly*. – 2023. – Volume 87. – Issue 3. – Pp. 749-763.

19 Fortunato P., Pecoraro M. Social media, education, and the rise of populist // *Eurocepticism. Humanit Soc Sci Commun*. – 2022. – №9. – P. 301.

20 Ananto Purnomo et al. An examination of Indonesian teachers' and students' perception and level of digital citizenship // *Heliyon*. – 2023. – №9(8).

21 Han R. Debating China beyond the Great Firewall: Digital Disenchantment and Authoritarian Resilience // *J OF CHIN POLIT SCI*. – 2023. – №28. – Pp. 85-103.

22 Vasist P.N., Chatterjee D. & Krishnan S. The Polarizing Impact of Political Disinformation and Hate Speech: A Cross-country Configural Narrative // *Inf Syst Front*. – 2024. – №26. – Pp. 663-688.

23 Илеуова Г. Т., Симакова О. А. Социальное самочувствие и протестные настроения казахстанцев в преддверии январских выступлений 2022 года // *Социологические исследования*. – 2023. – № 1. – С. 95-106.

24 Исабаева С. Власть и соцсети в Казахстане: заигрывание, вынужденный диалог или что-то другое? // [Электронный ресурс] URL: <https://spik.kz/1811-vlasti-i-socseti-v-kazahstane-zaigrayvanie-vynuzhdennyj-dialog-ili-chto-to-drugoe.html> (Дата обращения 28.08.2023)

25 Исмуханова Г., Шарипова Д, Насимова. Ценности казахстанского общества в социологическом измерении. – Алматы: Издательство «TOO «DELUXE Printery», 2020. – 143 с.

26 Тукумов Е.В., Нурша А.К., Жолдыбылина А.С., Сакуов Н.Н, Назарбетова А.К., М.Б. Жиенбаев. Казахстан-2023: тенденции настоящего и контуры будущего. Коллективная монография. – Астана: Казахстанский институт стратегических исследований при Президенте РК, 2023. – 294 с.

27 Илеуова Г. Оценка населением деятельности органов власти в конце 2023 года // [Электронный ресурс] URL: <https://ofstrategy.kz/ru/research/politic-research/item/864-otsenka-naseleniem-deyatelnosti-organov-vlasti-v-kontse-2023-goda> (Дата обращения 11.12.2023)

28 Жусупова А. Потенциал социальных сетей как механизм реализации концепции «Слышащего государства» в Казахстане // *Казахстан-Спектр*. – 2021. – №98(2). – С. 23-43.

29 Protest potential in Kazakhstan: features, factors and trends. – Almaty, Qazaq University, 2022. – 94 p.

30 Жунусова А.К., Омаров М., Ниеткалиева Д. Отношение казахстанцев к митингам // *Казахстан-Спектр*. – 2022. – №108(3). – С. 77-90.

31 Токтаров Е., Талипова Т. Казахстан в современном интернет-пространстве основные тенденции и перспективы продвижения // *Аль-Фараби*. – 2019. – №1 (65). – С. 83-95.

32 Влияние дезинформации на общество Казахстана. На основе социологического исследования. МИСК. Исследование проведено 1 июля – 31 августа 2022. – Алматы, 2022. – С. 132.

33 Черных, И. «Интернет-коммуникации в Казахстане: уровень мобилизационного потенциала (по результатам социологического исследования). – Алматы, КИСИ при Президенте РК, 2014. – 172 с.

34 Проект грантового финансирования Министерства образования и науки Республики Казахстан на 2020-2022 гг. АР 08857524 «Протестный потенциал в Казахстане: особенности, факторы и тренды» // [Электронный ресурс] URL: <https://www.kaznu.kz/ru/25263/page/> (Дата обращения 12.11.2023)

35 Protest potential in Kazakhstan: features, factors and trends. – Almaty: Qazaq University, 2022. – 94 p.

36 Отчет о реализации Государственной программы «Цифровой Казахстан» на 2018-2022 годы в 2018-2020 годах // [Электронный ресурс] URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/documents/details/161189?directionId=14764&language=ru>

37 Цифровая трансформация Казахстана // [Электронный ресурс] URL: <https://globalcio.ru/discussion/33708/> (Дата обращения 25.10.2023)

38 Выступление Главы государства К. Токаева на третьем заседании Национального курултая «Адал адам – Адал еңбек – Адал табыс» // [Электронный ресурс] URL: <https://www.akorda.kz/ru/vystuplenieglavy-gosudarstva-ktokaevana-tretrem-zasedaniiinacionalnogo-kurultaya-1525116> (Дата обращения 05.09.2023)

39 Модернизация общественно-политических отношений в контексте концепции “Слышащего государства”: монография. – Нур-Султан,

2020. – 260 с.

40 Реализация концепции «слышащего государства» в Казахстане. Подготовлено Отделом стратегического анализа КИСИ при Президенте РК // [Электронный ресурс] URL: <https://kisi.kz/ru/realizaciya-konceptcii-slyshashhego-gosudarstva-v-kazahstane/> (Дата обращения 05.09.2023)

Transliteration

1 Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society / World Future Society, 1981. – 171 p.

2 Bell D. The Coming of Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting / Basic Books, 1973. – 507 p.

3 Toffler Je. Tret'ja volna [The third wave]. – М.: «Izdatel'stvo ACT», 1999. – 784 s. (in Russ)

4 Habermas Ju. Strukturnoe izmenenie publichnoj sfery: Issledovaniya otnositel'no kategorii burzhuaznogo obshchestva [The structural change of public sphere: study on the bourgeois society]. – М.: Izdatel'stvo «Yes' Mir», 2016. – 344 s. (in Russ)

5 Kastel's M. Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura [Informational age: economic, society and culture]. – М., GU VShJe, 2000. – 608 s. (in Russ)

6 Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations. – New York: Penguin Press, 2008. – 327 p.

7 Sunstein C. Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge. – Oxford University Press; 1st edition, 2008. – 304 p.

8 Turkle S. Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age. – Penguin Books; Reprint edition, 2016. – 448 p.

9 Zuckerman E. Rewrite: Digital Cosmopolitans in the Age of Connection. – W. W. Norton & Company, 2013. – 288 p.

10 Rheingold H. Smart Mobs: The Next Social Revolution. – Basic Books; Revised ed. Edition. 2003. – 288 p.

11 Jan van Dijk. The digital divide. – Cambridge, UK: Polity. – 2020. – 208 p.

12 Sathita D. The impact of the internet on the development of democracy in Thailand // *RUDN Journal of Political Science*. – 2019. – Vol. 21. – N. 1. – P. 118-128.

13 Hanchen Jiang, Xiao Tang Effects of local government social media use on citizen compliance during a crisis: Evidence from the COVID-19 crisis in China // *Public Administration*. – 2022. – №101(3). – Pp. 843-864.

14 Adikpo J. A. Adoption of Social Media during Covid-19 Pandemic by African Presidents: A Cross-Sectional Study of Selected Facebook Accounts // *Journal of Communication Inquiry*. – 2023. – №47(2). – Pp. 145-167.

15 Yavetz Gal et al. The users' point of view: towards a model of government information behavior on social media // *Heliyon*. – 2022. – №8(8).

16 Boulianne S. Participatory Inequality Across

Countries: Contacting Public Officials Online and Offline // *Social Science Computer Review*. – 2023. – №41(4). – Pp. 1336-1362.

17 Li Z., Liu F. Online-Network-Group Use and Political-Participation Intention in China: The Analysis Based on CSS 2019 Survey Data. // *Behavioral Sciences*. – 2023. – №13(4). – P. 302.

18 Osman Sabri Kiratli. Social Media Effects on Public Trust in the European Union // *Public Opinion Quarterly*. – 2023. – Volume 87. – Issue 3. – Pp. 749–763.

19 Fortunato P., Pecoraro M. Social media, education, and the rise of populist // *Euroscpticism. Humanit Soc Sci Commun*. – 2022. – №9. – P. 301.

20 Ananto Purnomo et al. An examination of Indonesian teachers' and students' perception and level of digital citizenship // *Heliyon*. – 2023. – №9(8).

21 Han R. Debating China beyond the Great Firewall: Digital Disenchantment and Authoritarian Resilience // *J OF CHIN POLIT SCI*. – 2023. – №28. – Pp. 85–103.

22 Vasist P.N., Chatterjee D. & Krishnan S. The Polarizing Impact of Political Disinformation and Hate Speech: A Cross-country Configural Narrative // *Inf Syst Front*. – 2024. – №26. – Pp. 663–688.

23 Ilevova G. T., Simakova O. A. Social'noe samochuvstvie i protestnyye nastroyeniya kazahstancev v preddverii janvar'skih vystuplenij 2022 goda [Social well-being and protest moods of Kazakhstan ahead of 2022 January protests] // *Sociologicheskije issledovanija*. – 2023. – № 1. – S. 95-106. (in Russ)

24 Isabaeva S. Vlasti i socseti v Kazahstane: zaigryvanie, vynuždennyj dialog ili chto-to drugoe? [Authorities and social network in Kazakhstan: flirt, forced dialogue or something else] [Jelektronnyj resurs] // [Jelektronnyj resurs] URL: <https://spik.kz/1811-vlasti-i-socseti-v-kazahstane-zaigryvanie-vynuždennyj-dialog-ili-chto-to-drugoe.html> (Data obrashhenija 28.08.2023) (in Russ)

25 Ismahanova G., Sharipova D, Nasimova. Cennosti kazahstanskogo obshchestva v sociologicheskom izmerenii [Values of Kazakhstani society in sociological dimension]. – Almaty: Izdatel'stvo «TOO «DELUXE Printery», 2020. – 143 s. (in Russ)

26 Tukumov E.V., Nursha A.K., Zholdybalina A.S., Sakuov N.N, Nazarbeto A.K., M.B. Zhiyenbaev. Kazakhstan-2023: tendencii nastojashhego i kontury budushhego [Kazakhstan-2023: trends of present and contours of the future]. Kollektivnaja monografija. – Astana: Kazahstanskij institut strategicheskijh issledovanij pri Prezidente RK, 2023. – 294 s. (in Russ)

27 Ilevova G. Ocenka naseleniem dejatel'nosti organov vlasti v konce 2023 goda [Public assessment of the activities of government bodies at the end of 2023] // [Jelektronnyj resurs] URL: <https://ofstrategy.kz/ru/research/politic-research/item/864-otsenka-naseleniem-deyatelnosti-organov-vlasti-v-kontse-2023-goda> (Data obrashhenija 11.12.2023)

28 Zhusupova A. Potencial social'nyh setej kak

mehanizma realizacii koncepcii «Slyshashhego gosudarstva» v Kazahstane [Social network potential as a mechanism for impementing the concept of "Hearing state" in Kazakhstan] // *Kazahstan-Spektr*. – 2021. – №98(2). – S. 23-43. (in Russ)

29 Protest potential in Kazakhstan: features, factors and trends. – Almaty, Qazaq University, 2022. – 94 p.

30 Zhunusova A.K., Omarov M., Nietkalieva D. Otnoshenie kazahstancev k mitingam [Features of the attitude of kazakhstan people to rallies] // *Kazahstan-Spektr*. – 2022. – №108(3). – S. 77-90. (in Russ)

31 Toktarov E., Talipova T. Kazahstan v sovremennom internet-prostranstve osnovnye tendencii i perspektivy prodvizhenija [Kazakhstan in the modern Internet space, the main trends and prospects for promotion] // Al'-Farabi. – 2019. – №1 (65). – S. 83-95. (in Russ)

32 Vlijanie dezinformacii na obshhestvo Kazahstana. Na osnove sociologicheskogo issledovanija [The influence of disinformation on the society of Kazakhstan. Based on sociological research]. MISK. Issledovanie provedeno 1 ijulja – 31 avgusta 2022. – Almaty, 2022. – S. 132. (in Russ)

33 Chernyh, I. «Internet-kommunikacii v Kazahstane: uroven' mobilizacionnogo potentsiala (po rezul'tatam sociologicheskogo issledovanija) [Internet communications in Kazakhstan: the level of mobilization potential (according to the results of a sociological study)]. – Almaty, KISI pri Prezidente RK, 2014. – 172 s. (in Russ)

34 Proekt grantovogo finansirovanija Ministerstva obrazovanija i nauki Respubliki Kazahstan na 2020-2022 gg. AR 08857524 «Protestnyj potentsial v Kazahstane: osobennosti, faktory i trendy» [Grant funding project of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan for 2020-2022. AR 08857524 «Protest potential in Kazakhstan: features, factors and trends»] // [Jelektronnyj resurs] URL: <https://www.kaznu.kz/ru/25263/page/> (Data obrashhenija 12.11.2023) (in Russ)

35 Protest potential in Kazakhstan: features, factors and trends. – Almaty: Qazaq University, 2022. – 94 p.

36 Otchet o realizacii Gosudarstvennoj programmy «Cifrovoy Kazahstan» na 2018-2022 gody v 2018-2020 godah [Report on the implementation of the State Program "Digital Kazakhstan" for 2018-2022 in 2018-2020] // [Jelektronnyj resurs] URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/documents/details/161189?directionId=14764&lang=ru> (in Russ)

37 Cifrovaja transformacija Kazahstana [Digital transformation of Kazakhstan] // [Jelektronnyj resurs] URL: <https://globalcio.ru/discussion/33708/> (Data obrashhenija 25.10.2023) (in Russ)

38 Vystuplenie Glavy gosudarstva K. Tokaeva na tret'em zasedanii Nacional'noy kurultaja «Adal adam – Adal enbek – Adal tabys» [Speech by the Head of State K. Tokayev at the third meeting of the National Kurultai "Adal adam - Adal enbek - Adal tabys"] // [Jelektronnyj resurs] URL: <https://www.akorda.kz/ru/vystuplenieglavy-gosudarstva-ktokaevana-tretem-zasedaniinacionalnogo-kurultaya-1525116> (Data obrashhenija 05.09.2023) (in Russ)

39 Modernizacija obshhestvenno-politicheskikh otnoshenij v kontekste koncepcii "Slyshashhego gosudarstva" [Modernization of socio-political relations in the context of "Hearing state" concept]: monografija. – Nur-Sultan, 2020. – 260 s. (in Russ)

40 Realizacija koncepcii «slyshashhego gosudarstva» v Kazahstane. Podgotovleno Otdelom strategicheskogo analiza KISI pri Prezidente RK [Implementation of the concept of a «listening state» in Kazakhstan. Prepared by the Department of Strategic Analysis of the KISI under the President of the Republic of Kazakhstan] // [Jelektronnyj resurs] URL: <https://kisi.kz/ru/realizaciya-konchepchii-slyshashhego-gosudarstva-v-kazahstane/> (Data obrashhenija 05.09.2023) (in Russ)

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Айгерим Кайратовна Жунусова

преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан, email: zhunussova.aigerim.polit@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4017-3649>

Динара Ермековна Ниеткалиева

PhD докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан, email: issengeldina.di@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-5342-1943>

Айгерим Кайратовна Жунусова

оқытушы, Эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан, email: zhunussova.aigerim.polit@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4017-3649>

Динара Ермековна Ниеткалиева

PhD докторант, Эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан, email: issengeldina.di@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-5342-1943>

Aigerim Zhunussova

Lecturer, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan, email: zhunussova.aigerim.polit@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4017-3649>

Dinara Niyetkaliyeva

PhD Student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan, email: issengeldina.di@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-5342-1943>