



FTAMP 11.15.11

Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-6887-2025-152-3-83-97>

Цифрлық дәуір және саяси үгіт-насихат: ақпараттың жаһандануы жағдайында қоғамдық пікірдің қалыптасуы (2024 жылғы АҚШ пен Ресейдегі президенттік сайлау науқандары және Қазақстандағы референдум мысалында)

М.К. Дюсембекова*¹, Е.К. Қожбанхан², Ж.Ж. Куптлеуова³

^{1,3}Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

²Астана халықаралық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: maira.enu67@gmail.com, kozhbankhan@gmail.com, zhan_asyl2002@mail.ru)

Аңдатпа. Бұл мақала ақпараттық жаһандану жағдайында цифрлық технологиялардың саяси үгіт-насихатқа әсерін зерттеуге арналған. Зерттеудің мақсаты – цифрлық ортаның әсерінен қоғамдық пікірді қалыптастыру механизмдерін талдау. Жұмыстың ғылыми маңыздылығы саяси коммуникация әдістерінің эволюциясын, соның ішінде таргетинг, персонализация және жалған ақпараттың таралуын зерттеуде жатыр. Практикалық маңыздылығы қоғамдық сананы манипуляциялауға қарсы іс-қимыл бойынша ұсыныстарды әзірлеуде жатыр.

Зерттеу әдістемесі саяси хабарламаларға контент-талдауды, цифрлық науқандардың кейс-стадилерін және әртүрлі саяси режимдері бар елдердегі саяси үгіт-насихат әдістерін салыстырмалы талдауды қамтиды. Мысал ретінде АҚШ пен Ресейдегі саяси науқандар және Қазақстанда атом электр станциясын салу жөніндегі референдум таңдалды (2024 ж.). Негізгі қорытындылар ақпаратты персонализациялау, жалған ақпарат беру және қоғамдық пікір көшбасшыларының ықпалы саяси процестерді айтарлықтай өзгерткенін көрсетті. Ақпараттың жаһандануы жаңалықтардың тез таралуына ықпал етеді, бірақ сонымен бірге қоғамдық пікірдің поляризациясын арттырады.

Мақаланың үлесі цифрлық ортаның саяси үгіт-насихатқа әсерін түсінуді тереңдету және демократиялық процестердің тұрақтылығын арттыру үшін ұсыныстар беру болып табылады. Нәтижелердің практикалық маңыздылығы-оларды жалған ақпаратпен күресу және саяси коммуникацияның тиімділігін арттыру үшін қолдану мүмкіндігі.

Түйін сөздер: цифрлық технологиялар, саяси үгіт-насихат, қоғамдық пікір, жалған ақпарат, ақпараттың жаһандануы, әлеуметтік желілер, таргетинг.

Кіріспе

Қазіргі цифрлық дәуір коммуникацияның жаңа көкжиектерін ашты, бірақ сонымен бірге қоғамдық пікірді манипуляциялаудың күрделі процестері ойналатын аренаға айналды. Бұрын радио, теледидар және баспа сияқты дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарымен шектелген саяси үгіт-насихат цифрлық ортада айтарлықтай өзгерді. Әлеуметтік желілер, интернет-платформалар мен мессенджерлер, жасанды интеллект ақпарат ағындарының құрылымын және аудиторияға әсер ету әдістерін түбегейлі өзгертті.

Философ Жан Бодрийар постмодерндік қоғамда «симулякрлар шындықты алмастырады» деп атап өтті [1]. Симулякр (фр. *simulacre* лат. *simulacrum*-ұқсастық, көшірме) – постмодерндік философияның негізгі термині, ол кескінді, шын мәнінде жоқ нәрсенің көшірмесін білдіреді. Бүгінгі таңда бұл ұғым бастапқы үлгінің формасын көшіретін мәдени немесе саяси жаратылыс ретінде түсініледі. Симулякр кез-келген нәрсе мен мағынаға қатысты болуы мүмкін [2]). Цифрлық дәуір, шын мәнінде, бұл бақылаудың квинтэссенциясы болды: ақпарат көбінесе симулякрлармен алмастырылады, ал нақты фактілер интерпретация, жалған ақпарат және қасақана манипуляция ағымында жоғалады. Зерттеудің өзектілігі цифрлық технологиялардың саяси процестерге әсер ету ауқымымен де, демократиялық институттардың тұрақтылығы контекстінде олардың салдарын түсіну қажеттілігімен де анықталады.

Жалған ақпарат пен дезинформация мәселесін егжей-тегжейлі зерттеген Фришлих Л. және Хумпрехт Е. өз еңбектерінде «цифрлық платформалар арқылы жалған ақпарат тарату қоғамның поляризациялануына алып келеді және институционалдық құрылымдарға деген сенімді азайту арқылы демократия үшін жүйелі тәуекелдер тудырады» деп атап өтеді [3]. Ақпаратты манипуляциялау мәселелері, әсіресе жаһандану жағдайында, ұлттық саяси жүйелердің егемендігі мен тәуелсіздігі туралы сұрақтар туғызатын цифрлық инфрақұрылымды бақылайтын трансұлттық корпорациялардың ықпалының артуына байланысты өзекті болып отыр.

Бұл зерттеуде цифрлық технологиялардың саяси үгіт-насихатқа ықпалын зерттеу іргелі және заманауи аспектілерді қамтитын еңбектерге негізделген.

Гарольд Лассуэллдің коммуникацияның бұқараға әсері туралы классикалық теориялары, әсіресе оның «Кім не айтады, қандай арна арқылы, кімге және қандай әсермен айтады?» моделі өзекті болып қала береді [4]. Мануэль Кастельс «Желілік қоғамның өркендеуі» атты еңбегінде билік пен ықпал құрылымын өзгертудегі цифрлық желілердің рөлін атап өтті [5].

Эли Паризердің «Сүзгі көпіршігі: Интернет сізден не жасырады» еңбегі сияқты заманауи зерттеулер әлеуметтік медиа алгоритмдерінің поляризацияны күшейтетін ақпараттық көпіршіктерді қалай жасайтынын анықтайды [6]. Джейсон Джонсон саяси жарнамадағы таргетингті зерттеп, оның тиімділігін де, этикалық тәуекелдерін де атап өтеді [7]. Ал Кейлин О'Коннор мен Джеймс Оуэн Уэзероллдың цифрлық платформалар арқылы жалған ақпараттың таралу тетіктерін зерттейтін «The Misinformation Age» еңбегі саясаттану ғылымына айтарлықтай үлес қосқан [8].

Бұл тақырып қазақстандық ғылыми қауымдастықтың да жіті назарында. Мәселен, қазақстандық зерттеуші С.Боқаев өзінің диссертациясында саяси технологиялардың қоғамдық пікір мен электоралдық мінез-құлықты қалыптастыру факторы ретіндегі рөлін зерттеді [9]. Ал Асима Ишанова болса өзінің еңбектерінде жалған ақпарат мәселелеріне және оның Қазақстандағы қоғамдық пікірге әсеріне назар аударады [10].

Дегенмен, цифрлық технологиялар үнемі өзгеріп, дамып келе жатқанын атап өткен жөн. Бұл өз кезегінде аталмыш тақырыпты зерттеудің өзектілігін арттырады. Осыған байланысты әртүрлі саяси жүйелердегі цифрлық үгіт-насихаттың салыстырмалы аспектілерін зерттеу және жалған ақпаратқа қарсы тиімді стратегияларды әзірлеу өте маңызды. Бұл зерттеу ақпараттың жаһандануына және оның саяси процестерге әсеріне жаңа көзқарас ұсына отырып, осы салаға өз үлесін қосады.

Зерттеу әдістері мен материалдары

Бұл зерттеудің негізгі мақсаты ақпараттың жаһандануы жағдайында цифрлық технологиялардың саяси үгіт-насихатқа әсерін зерттеу және олардың қоғамдық пікірді қалыптастыруға әсерін талдау болып табылады. Негізгі зерттеу сұрағы цифрлық технологиялар саяси үгіт-насихат тетіктерін қалай өзгертті және олардың жаһандану дәуірінде қоғамдық пікірді қалыптастырудағы салдары қандай болды.

Зерттеудің бастапқы гипотезасы – цифрлық технологиялар саяси үгіт-насихат мүмкіндіктерін күшейтіп қана қоймайды, сонымен қатар шындық пен манипуляция арасындағы шекаралар бұлыңғыр болатын жаңа шындықты жасайды. Нәтижесінде демократиялық процестерге қауіп төніп тұр, себебі сайлаушылар жалған ақпараттың әсерінен осал болып қалуда, ал қоғамдық пікір болса ақпараттық көпіршіктер мен эхо-камералары жағдайында қалыптасуда [11].

Зерттеу кезең-кезеңімен жүргізілді. Алдымен саяси үгіт-насихат пен цифрлық технологияларға арналған классикалық және заманауи еңбектерді зерттеуді қамтитын теориялық базаға талдау жасалды. Кейін цифрлық платформалар арқылы таратылатын саяси хабарламалар және АҚШ пен Ресейдегі сайлау науқандарына, Қазақстанда АЭС салу жөніндегі референдумға қатысты материалдар жиналды. Әртүрлі зерттеу әдістері, соның ішінде контент-талдау, кейс-стади және салыстырмалы саяси талдау қолданылды. Соңғы кезеңде нәтижелер жүйеленді және цифрлық технологиялардың саяси үгіт-насихатқа әсер ету тетіктері туралы тұжырымдар жасалды.

Цифрлық платформалардағы саяси хабарламалардың мазмұнын талдау үшін мәтіндік басылымдар, визуалды материалдар және жарнамалық науқандарды қоса алғанда, контент-талдау қолданылды. Деректерді жүйелеу үшін Scispace сияқты бағдарламалық құралдар қолданылды. Кейс-стади жасанды интеллекттің генеративті моделі сияқты цифрлық технологияларды қолданудың нақты мысалдарын зерттеуге мүмкіндік берді. Салыстырмалы талдау АҚШ, Ресей және Қазақстандағы саяси үгіт-насихатта цифрлық технологияларды қолдану тәсілдеріндегі айырмашылықтарды анықтауға бағытталды.

Зерттеу материалдары цифрлық технологиялар және олардың саяси процестерге әсері туралы басылымдар болды. Бұдан басқа, Қазақстанның талдау орталықтары мен халықаралық ұйымдар жариялаған ресми есептер мен статистика пайдаланылды.

Жұмыстың жаңалығы ақпараттың жаһандануы контексінде цифрлық үгіт-насихаттың бірегей ерекшеліктерін анықтау үшін халықаралық және қазақстандық тәжірибені ұштастыруда жатыр. Деректерді өңдеудің алгоритмдік әдістерін пайдалана отырып, АҚШ, Ресей және Қазақстанда цифрлық насихаттау әдістеріне салыстырмалы талдау жүргізілді, бұл жалған ақпарат пен ақпараттық поляризация тетіктерін, сондай-ақ олардың демократиялық процестерге салдарын анықтауға мүмкіндік берді.

Нәтижелер мен талқылаулар

Зерттеу 2024 жылы саяси үгіт-насихатта цифрлық технологияны қолданудың негізгі аспектілерін анықтады. Таргетинг саяси науқандардың коммуникациялық стратегияларында басты орын алды. Талдау көрсеткендей, әлеуметтік медиа платформалары арқылы таратылатын жеке хабарламалар мақсатты аудиторияның қол жетімділігін едәуір арттырды. Цифрлық саяси науқан сайлаушылармен өзара әрекеттесудің негізгі құралына айналған АҚШ-та осындай әдістерді қолдануға ерекше назар аударылды [12].

Зерттеудің маңызды нәтижесі дезинформацияның кең таралуын анықтау болды. АҚШ-та контентті бақылау және сүзу үшін алгоритмдерді қолдануды қамтитын жалған ақпараттармен күресуге айтарлықтай күш жұмсалды. Ресейде жалған ақпарат оппозицияның беделіне нұқсан келтіру құралы ретінде пайдаланылды, ал Қазақстанда жалған ақпаратты әшкерелеу науқандары атом электр станциясының құрылысы туралы референдум тақырыбына бағытталды.

Блогерлер мен әлеуметтік желілердің рөлі ақпараттық науқандардың негізгі элементіне айналды. Қазақстанда пікір көшбасшылары халыққа атом энергетикасының артықшылықтары туралы білім беру үшін пайдаланылды, ал АҚШ-та олардың белсенділігі жастарды жұмылдыруға ықпал етті. Ресейде дәстүрлі БАҚ пен мемлекеттік бақылаудағы платформалар басым орынға ие болды.

Инновациялық технологияларды, соның ішінде жасанды интеллект, генеративті контент үлгілері және виртуалды шындықты пайдалану ақпараттық стратегиялардың көрнекті ерекшелігіне айналды. Қазақстанда ChatGPT технологиясы ядролық энергияның қауіпсіздігін көрсететін иммерсивті тәжірибе жасау үшін пайдаланылды [13]. АҚШ-та ұқсас технологиялар цифрлық коммуникацияларды оңтайландыру үшін пайдаланылды, ал Ресейде инновациялар ақпарат ағындарын бақылау мен басқаруға бағытталған.

Сайлау науқанында киберқауіпсіздік те маңызды рөл атқарды. Америка Құрама Штаттары араласу әрекеттерінің әсерін барынша азайта отырып, өзінің сайлау инфрақұрылымын қорғау үшін тиімді шаралар қабылдады. Ресейде кибершабуылдар оппозицияның беделін түсіру үшін қолданылса, Қазақстанда қауіпсіздік шаралары референдумға қатысты жалған ақпарат тарату шабуылдарына қарсы тұруға бағытталды.

Әлеуметтік желілердің алгоритмдері ақпараттық көпіршіктердің қалыптасуын күшейтетіні, бұл өз кезегінде қоғамдық пікірдің поляризациясын тереңдететіні анықталды. Бұл құбылыс идеологиялық поляризацияның өсуі әлеуметтік топтардың одан әрі бөлінуіне әкеліп соқтырған АҚШ-та ерекше байқалды. Алынған деректер цифрлық үгіт-

насихаттың негізгі параметрлерінің таралуын және әртүрлі елдердегі инновациялық технологиялардың әсер ету дәрежесін көрсететін графиктер мен кестелер түрінде ұсынылды.

Зерттеу нәтижелері цифрлық технологиялар саяси коммуникация әдістерін айтарлықтай өзгертіп, таргетинг пен персонализация заманауи саяси науқандардың өзегіне айналдырғанын көрсетеді. Мысал ретінде 2024 жылғы АҚШ президенттік сайлауын келтіруге болады, онда екі партия да Facebook, Instagram және TikTok сияқты платформаларда таргетинг – мақсатты жарнаманы көп қолданды [14]. Үлкен деректерді талдау және машиналық оқыту аудиторияны қызығушылықтары, жасы және басқа сипаттамалары бойынша бөлуге мүмкіндік берді, бұл саяси хабарламалардың тиімділігін айтарлықтай арттырды.

Трампың таргетинг саясатының негізгі ерекшеліктерінің бірі дәстүрлі түрде бейне ойындармен байланысты платформа Twitch арқылы жастар аудиториясын бағыттау болды. Стрим митингілер мен баяндамалар оған дәстүрлі саяси мазмұнды ұстанбайтын техникалық және жас аудиторияны тартуға мүмкіндік берді. Трамп сонымен қатар Логан Пол және Аддин Росс сияқты танымал инфлюенсерлермен және контент-креаторлармен белсенді жұмыс істеді, бұл оған саяси пассивті жастарға жетуге және оның қолжетімділігін арттыруға көмектесті [15].

Трамп сонымен қатар «The Joe Rogan Experience» сияқты подкасттарды пайдаланды, онда ол өзінің жеке басын көрсете алады және бейресми жағдайда идеяларды жеткізе алады [16]. Ол сонымен қатар Мичигандағы кейбір мұсылман ұйымдарының күтпеген қолдауына ие болды, бұл негізгі сайлаушыларға бағытталған жергілікті маркетингтік стратегияның нәтижесі.

Трамп сайлаушылардың әртүрлі топтарымен, әсіресе жастармен персоналанған және мақсатты байланыс орнату, сондай-ақ электорат үшін күрестегі өз ұстанымын нығайту үшін цифрлық технологиялар мен инфлюенсерлерді кеңінен пайдаланды.

Атом электр станциясының құрылысына қатысты референдум туралы халықты хабардар ету үшін таргетинг жарнаманы қолданылған Қазақстанда да осындай тәсіл байқалды.

Акция аясында мемлекеттік органдар мен мүдделі тараптар азаматтарды ақпараттандыру үшін Facebook, Instagram және Telegram сияқты әлеуметтік желілерді пайдаланды. Таргетинг жарнама әртүрлі топтарға бағытталды: жастарға технологияның артықшылықтары мен мансаптық мүмкіндіктер туралы бейнероликтер ұсынылды, ал аға буын өкілдеріне энергетикалық қауіпсіздік пен импортқа тәуелділікті азайтудың маңыздылығы туралы бейнероликтер ұсынылды [17].

Telegram да референдум мәселелерін талқылау және жобаның мәнін түсіндіру үшін чаттар мен арналарды іске қосты. Атом электр станциясының құрылысы тікелей әсер етуі мүмкін аймақтардың тұрғындарына сарапшылар мен экологтардың сұрақтарға жауап беріп, түрлі мифтерді жоққа шығаратын бейнероликтер ұсынылды. Бұл шаралар сайлаушылардың кең ауқымын қамтуға, олардың хабардарлығын арттыруға және референдумға қатысуды ынталандыруға мүмкіндік берді.

Дезинформация цифрлық дәуірдің ең маңызды қауіптерінің бірі болып қала береді. 2024 жылғы Ресейдегі президенттік сайлауда мемлекеттік БАҚ және анонимді Telegram

арналары арқылы оппозицияның беделін түсіру үшін жалған ақпарат белсенді түрде қолданылды [18].

Құрама Штаттарда, керісінше, күш-жігер жалған ақпараттың таралуын болдырмауға бағытталған [19]. Осыған қарамастан, дезинформацияның қоғамдық пікірге белгілі бір ықпалы сақталуда, бұл осы проблемамен күресудің тиімді тетіктерін әзірлеудің маңыздылығын растайды.

Мысалы, АҚШ-та 2024 жылғы сайлау науқаны кезінде екі президенттікке кандидат Камала Харрис пен Дональд Трампқа қарсы жалған ақпарат таратушы мәлімдемелер әлеуметтік желілерде белсенді түрде таратылды. Негізгі нарративке Харристің өткені туралы жалған мәлімдемелер кірді, мысалы, жезөкшелікпен айналысты немесе ол кішкентай қызды ұрды деп айыптау және ток-шоу кезінде Трампың зәр ұстайтын төсегіштер пайдаланды деп айыптауы. Х (бұрынғы Twitter), Telegram және YouTube сияқты платформалар жалған ақпараттың таралуына тап болды. Жасанды интеллект фейктерді, соның ішінде президент Байден мен Тейлор Свифт бейнеленген фейктерді жасауда да рөл атқарды. Президент Джо Байденнің сайлаушыларды сайлауға бармауға шақыратын аудиожазбасы және коммунистік киім киген Тэйлор Свифттің Трампы немесе Камала Харристі қолдайтыны бейнеленген дипфейктер жасау үшін жасанды интеллект қолданылған жағдайлар болды [20].

Референдум кезінде Қазақстан да жалған ақпаратпен бетпе-бет келді, бірақ фейктерді бақылау және жою үшін халықаралық платформалармен ынтымақтастыққа баса назар аударылды.

Мәселен, 2024 жылғы 6 қазандағы референдумның алдында әлеуметтік желіде таратқан видеода Google Maps-тегі «Үлкен АЭС» белгісіне сілтеме жасап, Алматы облысындағы Үлкен ауылында атом электр стансасы салынғаны айтылған. Алайда, Factcheck.kz анықтағандай, бұл мәлімдеме жалған болып шықты. Шын мәнінде, видеода бейнеленген нысан сонау 2014 жылы белгісіз мерзімге тоқтатылған Балқаш ЖЭО құрылысына қатысты инфрақұрылымның бір бөлігі болып шықты [21].

Әлеуметтік желілер мен блогерлер 2024 жылғы ақпараттық науқандарда басты рөл атқарды. Қазақстанда блогерлер Instagram және TikTok сияқты платформалар арқылы интернет пайдаланушылар арасында референдумды танымал ету үшін пайдаланылды.

Мәселен, Қазақстанның Энергетика министрлігі блогерлердің, журналистердің және белсенділердің елде атом электр станциясын салу жоспары туралы «түсіндіру жұмыстарын» жүргізу үшін шетелге сапарларын ұйымдастырды. Осы бағдарлама аясында қоғамдық пікір көшбасшылары атом электр станциясын пайдалану технологиялары мен қауіпсіздігімен танысу үшін Оңтүстік Корея, Түркия және Франциядағы атом электр станцияларына барды. Министрлік мұндай сапарлар қоғамдық қабылдауды жақсартуға көмектескенін және бұрын теріс көзқараста болған адамдардың айтарлықтай бөлігі қазір жобаға бейтарап немесе оң көзқараста екенін атап өтті [22].

Америка Құрама Штаттарында пікір көшбасшылары сайлаушыларды, әсіресе жас сайлаушыларды жұмылдыруға көмектесті Pew Research Center өткізген «Америка жаңалықтарының инфлюенсерлері» атты зерттеуі, әсіресе 2024 жылғы сайлау кезінде, жаңалықтар мен ақпаратты жеткізудегі әлеуметтік медиа инфлюенсерлерінің өсіп келе

жатқан рөлін көрсетеді. Зерттеуге сәйкес, әрбір бесінші американдық (21%) әлеуметтік желілердегі инфлюенсерлерден үнемі жаңалықтар алатынын айтады, бұл үлес 30 жасқа дейінгілер арасында 37% дейін өскен. Ақпараттық инфлюенсер – ағымдағы оқиғалар туралы үнемі жариялап тұратын және кемінде 100 000 жазылушысы бар адамдар ретінде анықталған - әдетте X (бұрынғы Twitter), Instagram және YouTube сияқты платформаларда кездеседі [23].

Ресейде дәстүрлі БАҚ басты назарда болғанымен, Telegram арналары саяси ақпаратты таратудың маңызды құралы болып қала берді. Telegram Ресейде өте танымал болды және танымал болуды жалғастыруда. Статистикаға сәйкес, ресейліктердің 40% -дан астамы қосымшаны күнделікті, ал 60% -дан астамы кем дегенде айына бір рет пайдаланады. Бұл Telegram-ды елдегі байланыс, жаңалықтар және мазмұнды бөлісудің жетекші платформаларының біріне айналдырады [24].

Әлеуметтік медианың саяси белсенділікке әсері артты, өйткені ол дәстүрлі ақпараттық сүзгілерді айналып өтіп, саясаткерлер мен олардың аудиториялары арасында тікелей байланыс орнатуға мүмкіндік береді.

Ақпараттың жаһандануы саяси хабарлардың таралу жылдамдығын да, қоғамдық пікірдің поляризациялану дәрежесін де арттырды. 2024 жылы Америка Құрама Штаттарында әлеуметтік медианы талдау «эхо-камераларының» өсуін анықтады, мұнда пайдаланушылар тек өздерінің сенімдерін растайтын ақпаратты көреді. Ресейде ақпаратқа орталықтандырылған бақылау күшті поляризациядан аулақ болды, бірақ мемлекеттік нарратив пен тәуелсіз ақпарат көздері арасындағы алшақтықты арттырды. Қазақстанда қоғамды ағартуға бағытталған науқандар мен қоғамдық пікір көшбасшыларының белсенді қатысуы арқылы теңгерімді көзқарас байқалды. Дегенмен, жаһандану саяси коммуникациядағы цифрлық технологиялардың артықшылықтары мен кемшіліктерін арттыруда.

Бұл аспектілер цифрлық технологиялар, бір жағынан, саяси жұмылдыру мен коммуникация үшін жаңа мүмкіндіктер ашса, екінші жағынан, жалған ақпарат пен поляризация сияқты бар мәселелердің одан әрі күрделілендірілетіндігін көрсетеді.

Жүргізілген саяси зерттеулердің нәтижесінде АҚШ, Ресей және Қазақстандағы 2024 жылғы саяси науқандарда ақпараттық технологияларды пайдалану ерекшеліктерін көрсететін салыстырмалы кесте құрастырылды. Бұл тәсіл деректерді жүйелеуге және әртүрлі саяси және әлеуметтік контекстерде цифрлық құралдарды пайдаланудағы негізгі ұқсастықтар мен айырмашылықтарды анықтауға мүмкіндік береді.

1-кестеде әлеуметтік желілерді пайдалану, жасанды интеллект рөлі, жалған ақпаратпен күресу шаралары және әрбір науқанның өзіндік ерекшеліктері сияқты негізгі аспектілер қамтылған. Бұл түсінік бізге ақпараттық технологиялардың қоғамдық пікірді қалай қалыптастыратынын, саяси үгіт-насихатты күшейтетінін және әртүрлі елдердің ерекше жағдайларына бейімделетінін жақсырақ түсінуге көмектеседі.

Салыстырмалы талдау жаһандық цифрландырудың жалпы тенденцияларына қарамастан, науқандардың әрқайсысы өздерінің саяси жүйелеріне, әлеуметтік ерекшеліктеріне және мақсаттарына сәйкес ақпараттық технологияларды пайдаланғанын көрсетеді.

1-кесте. 2024 жылғы саяси науқандарда ақпараттық технологияларды пайдаланудың салыстырмалы кестесі

Сипаттама	АҚШ (Президент сайлауы)	Ресей (Президент сайлауы)	Қазақстан (АЭС референдумы)
Негізгі платформалар	Facebook, Instagram, TikTok, X	ВКонтакте, Telegram, Telegram	Instagram, TikTok, мобильді қосымшалар
Қолдану мақсаты	Хабарламаларды персонализациялау, жастарды тарту	Орталықтандырылған ақпаратты басқару, қоғамдық пікірді бақылау	Азаматтарды ақпараттандыру, атом энергиясынан қорқуды азайту
Таргетинг	Үлкен деректерді талдау негізінде белсенді түрде қолданылады	Мемлекеттік платформаларға баса назар аудара отырып, шектеулі түрде қолданылады	Әлеуметтік желіде шектеулі пайдалану
AI және үлкен деректер	Сайлаушылардың қалауларын талдау, персонализацияланған хабарламалар жасау	Пайдаланушының мінез-құлқын талдау, үгіт-насихат материалдарын жасау	Оқу және танымдық материалдарды жасау үшін пайдалану
Дезинформация	Фейк жаңалықтармен күресу, әлеуметтік желілерді бақылау	Анонимді арналар арқылы фейктерді тарату, оппозициялық платформаларды бұзу	Атом электр станцияларының құрылысы туралы жалған ақпаратпен белсенді күрес
Әлеуметтік желілер мен блогерлер	Идеяларды алға жылжыту үшін пікір көшбасшыларын қарқынды пайдалану	Бұқаралық ақпарат құралдарын бақылау, тәуелсіз пікір көшбасшыларын шектеу	Блогерлер мен қоғам қайраткерлерін кеңінен тарту
Инновациялық технологиялар	Мазмұнға арналған генеративті AI үлгілері, білім беру мақсаттары үшін VR/AR	Ақпаратты бақылау және басқару үшін автоматтандырылған жүйелерді пайдалану	АЭС қауіпсіздігін көрсететін иммерсивті тәжірибе жасау үшін ChatGPT қолдану
Киберқауіпсіздік	Платформаны қорғудың жоғары деңгейі, кедергіге қарсы	Оппозицияға кибершабуылдарды қолдану	Дезинформациялық қауіптерді бақылау, халықаралық платформалармен ынтымақтастық
Аудиторияға көзқарас	Хабарларды жеке-лендіріңіз, нақты уақытта стратегияны бейімдеңіз	Орталықтандырылған бұқаралық үгіт-насихат	Білім беру тәсілі, АЭС қауіпсіздігін көрсету үшін заманауи технологияларды пайдалану
Нәтижелер	Персонализацияны күшейту, белсенділікті арттыру	Ақпаратқа мемлекеттік бақылауды күшейту, қоғамдық пікірді поляризациялау	Халықтың хабардарлығын арттыру, АЭС жобасына сенімсіздікті азайту

Ескерту: салыстырмалы талдау негізінде құрастырылған.

Жоғарыда келтірілген салыстырмалы кестеде 2024 жылғы АҚШ, Ресей және Қазақстандағы саяси науқандарда ақпараттық технологияларды пайдаланудың негізгі аспектілері көрсетілген.

Бұл салыстырмалы талдау саяси жүйе контексінің және науқан мақсаттарының технологиялары мен оларды пайдалану стратегияларын таңдауға әсерін көрсетеді.

Қорытынды

Соңғы 10 жылда саяси коммуникация әдістері цифрлық технологиялардың, әлеуметтік медианың және жасанды интеллекттің дамуының нәтижесінде айтарлықтай дамыды. 2010 жылдары әлеуметтік медиа (Facebook, Twitter, Instagram) саясаткерлердің сайлаушылармен тікелей байланыс жасауының негізгі құралына айналды, ал таргетинг және Big Data деректерін талдау персонализацияланған науқандарды жасауға мүмкіндік берді. 2020 жылдары TikTok және мессенджерлер (WhatsApp, Telegram) сияқты платформалар саяси ақпаратты тарату және қолдаушыларды жұмылдыру үшін танымал болды. Бейнеконференциялар мен тікелей трансляциялар маңызды рөл атқарды. Жасанды интеллект деректерді талдауға, сайлаушылардың мінез-құлқын болжауға, контент құруды автоматтандыруға және жалған ақпаратпен күресуге көмектесетін саяси коммуникацияның ажырамас бөлігіне айналды. Нәтижесінде, саяси коммуникация әлдеқайда икемді, жауапты және персонализацияланған болды.

Зерттеу барысында ақпараттық технологиялар заманауи саяси науқандарды түрлендіруде шешуші рөл атқаратыны анықталды. Олар хабарламаларды персонализациялауға, аудиторияның белсенділігін арттыруға және саяси үгіт-насихатты күшейтуге кең мүмкіндіктер береді. Дегенмен, цифрлық құралдарды пайдалану саяси, әлеуметтік және мәдени контекске байланысты өзгеріп отырады, бұл оларды нақты жағдайларға бейімдеу қажеттілігін көрсетеді.

Заманауи технологиялар саяси коммуникация стратегияларының ажырамас бөлігіне айналып, сайлау үдерістерін жаһандық цифрландыруға ықпал етті. Әлеуметтік медиа, жасанды интеллект және үлкен деректерді талдау саяси науқандардың дәлдігі мен тиімділігін айтарлықтай жақсартып алады. Таргетинг және генеративті AI үлгілері аудиторияны сегменттеу, персонализацияланған мазмұнды қамтамасыз ету және сайлаушылармен байланысты оңтайландыру үшін белсенді түрде қолданылады.

Жалпы жаһандық тенденцияларға қарамастан, әрбір ел өзінің бірегей қажеттіліктері мен ерекшеліктеріне сәйкес ақпараттық технологияларды пайдалануды бейімдейді. Мысалы, АҚШ-та науқандарды персонализациялауға және жас сайлаушыларды тартуға баса назар аударылды, ал Ресей цифрлық құралдарды негізінен ақпаратты орталықтандырылған бақылау үшін пайдаланды. Қазақстан, керісінше, қоғамды ағарту мақсаттарына бағытталған және халық арасындағы сенімсіздікті төмендететін жаңашыл көзқарасымен ерекшеленді.

Дегенмен, сайлау процестерін цифрландыру жалған ақпараттың таралуы, кибершабуылдар және эхо-камераларының қалыптасуы сияқты күрделі қиындықтармен бірге келеді. Елдер бұл қауіптерге әртүрлі жауап береді: АҚШ пен Қазақстан әлеуметтік желілерді бақылауға және фейктермен күресуге назар аударды, ал Ресей дезинформацияны саяси ықпал ету құралы ретінде пайдаланды.

Әлеуметтік желілер мен пікір көшбасшылары саяси дискурсты қалыптастыруда ерекше мәнге ие болуда. Олар сайлаушыларды жұмылдыруда және саясаткерлер мен олардың аудиториялары арасындағы байланысты нығайтуда маңызды рөл атқарады.

Цифрлық технологиялардың демократияландыру және саяси процестердің ашықтығын арттыру үшін айтарлықтай әлеуеті бар. Оларды пайдалану, Қазақстанның тәжірибесі көрсеткендей, VR/AR сияқты инновациялық құралдарды енгізу және жасанды интеллектті белсенді пайдалану арқылы халықтың сенімін қалыптастыруға ықпал ете алады. Дегенмен, бұл мүмкіндіктерді сәтті жүзеге асыру киберқауіпсіздікті дамытуды, жалған ақпаратпен күресуді және технологияларға тең қолжетімділікті қамтамасыз етуді қамтитын кешенді тәсілді қажет етеді.

Осылайша, цифрландыру саяси үгіт-насихатты ұйымдастыру әдістерін айтарлықтай өзгертеді, олардың нақтылығын, динамизмін және тиімділігін арттырады. Тұрақты нәтижелерге қол жеткізу үшін тек жаһандық үрдістерді ғана емес, сонымен қатар қазіргі заманғы технологияларды пайдаланудың тәуекелдерін барынша азайтатын және максималды пайда әкелетін жергілікті контекстің ерекшеліктерін ескеру маңызды.

Жоғарыда айтқанымыздай, Жан Бодриар постмодерндік қоғам туралы айта отырып, цифрлық дәуірде болып жатқан процестерді тамаша көрсететін «симулякрлар шындықты алмастырады» деп дәлелдеді. Осылайша, ақпарат фактілер жиынтығынан гөрі, түрлі интерпретациялар, дезинформация және манипуляциялар арасында еритін симулякрларға айналуға.

Осыған байланысты саяси коммуникацияны цифрландыру саласындағы одан әрі зерттеулердің перспективалары оның жергілікті мәдени және саяси контекске бейімделуін зерттеуді, сайлаушылардың мінез-құлқын болжау және жалған ақпаратпен күресу үшін жасанды интеллект құралдарының тиімділігін талдауды, сондай-ақ цифрландырудың демократиялық процестер үшін ұзақ мерзімді салдарын бағалауды қамтиды. Этика және реттеу мәселелері, соның ішінде таргетинг пен сайлаушылардың деректерін пайдалану, сондай-ақ саяси дискурсты қалыптастырудағы қоғамдық пікір көшбасшыларының рөлін зерттеу негізгі бағыттарға айналуы тиіс. Бұл зерттеулер цифрлық технологиялардың саясатқа әсерін тереңірек түсінуге және оларды қолданудың тиімді әдістерін жасауға ықпал етеді.

Қазақстан үшін цифрлық дәуірде қоғамдық сананы манипуляциялауға қарсы тұру сыни ойлауды дамытуға бағытталған білім беру бағдарламалары арқылы халықтың цифрлық сауаттылығын арттыруға баса назар аударуды талап етеді. Дезинформацияны анықтау және онымен күресу технологияларын енгізу, оның ішінде әлеуметтік желілерге мониторинг жүргізу, цифрлық платформалар мен саяси науқандардың жұмысының ашықтығын қамтамасыз ететін заңнамалық тетіктерді әзірлеу қажет. Киберқауіпсіздікті күшейту, соның ішінде мемлекеттік ақпараттық жүйелерді қорғау

және пікір көшбасшыларымен жұмыс істеу псевдо-саяси манипуляцияның әсерін азайтуға көмектеседі. Дезинформацияға қарсы күресте фактчекингтің тәуелсіз бастамаларын және халықаралық ынтымақтастықты қолдау тұрақты ақпараттық ортаны құрудағы маңызды қадамдар болады.

Қаржыландыру. Мақала Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігі Ғылым комитетінің қаржылық қолдауымен орындалды (тіркеу нөмірі BR24993082).

Авторлардың қосқан үлесі.

Дюсембекова М.К. – зерттеудің тұжырымдамасын әзірлеу, теориялық негізді қалыптастыру;

Қожбанхан Е.К. – ұсыныстар және редакциялау жұмысы;

Куптлеуова Ж.Ж. – талдау және статистикалық деректермен жұмыс, техникалық рәсімдеу.

Әдебиеттер тізімі

1. Бодрийяр, Ж. (2013) Симулякры и симуляция. Москва: Рипол Классик, с. 318.
2. Симулякр, Новая философская энциклопедия. Доступно по ссылке: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASHe582c0684b9932e2c8eae5> (дата обращения: 19 января 2025 г.).
3. Frischlich, L., Humprecht, E. (2021) Trust, democratic resilience, and the infodemic. Zurich: Policy Paper Series, p. 37.
4. Lasswell, H.D. (1948) The structure and function of communication in society, The communication of ideas, 1(37), pp. 136-139.
5. Castells, M. (2011) The rise of the network society. New Jersey: John Wiley & Sons, p. 597.
6. Pariser, E. (2011) The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. London: Penguin, p. 304.
7. Johnson, J. (2018) Political Consultants and Campaigns: One Day to Sell. New York: Routledge, p. 320.
8. O'Connor, C., Weatherall, J.O. (2018) The misinformation age: How false beliefs spread. London: Yale University Press, p. 280.
9. Бокаев, С.О. (2009) Политические технологии как фактор формирования общественного мнения и электорального поведения: мировой опыт и Казахстан: автореферат диссертаций на соискание кандидата политических наук. Алматы, с. 26.
10. Айгелова, А.М., Ишанова, А.К. (2023) Проблемы анализа fake news в социальных медиа, Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия Журналистика, 1(142), стр. 97-103. Доступно по адресу: DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2023-142-1-97-103>
11. Sunstein, C. (2018) Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton: Princeton university press, p. 336.
12. Chakraborty, P.P. (2024) Strategic Use of Social Media and Podcasts in Donald Trump's 2024 Presidential Campaign, European Economic Letters, 4(14), pp. 705-724.
13. Как будет выглядеть АЭС в Казахстане, показал ChatGPT. Доступно по ссылке: <https://informburo.kz/novosti/kak-budet-vyglyadet-aes-v-kazaxstane-pokazal-chatgpt> (дата обращения: 19 января 2025 г.).

14. The use of social media in the 2024 US election campaign. Available via the link: <https://media-beats.com/en/social-media-us-election-campaign-2024/> (Accessed: 03 February 2025).
15. The Bold Marketing Tactics Behind Trump's Return. Available via the link: <https://www.adweek.com/social-marketing/trumps-bold-marketing-tactics-in-2024/> (Accessed: 03 February 2025).
16. Joe Rogan Experience №2219 - Donald Trump. Available via the link: <https://www.youtube.com/watch?v=hBMoPUAeLnY&t=2062s> (Accessed: 03 February 2025).
17. В Казахстане прошел референдум о строительстве АЭС. Доступно по ссылке: <https://www.bbc.com/russian/articles/cgk7empj22lo> (дата обращения: 19 января 2025 г.).
18. Эксперты: "ВКонтакте" и Telegram - главные фейковые площадки Рунета. Доступно по ссылке: <https://rg.ru/2024/08/11/proverka-faktov.html> (дата обращения: 19 января 2025 г.).
19. As social media guardrails fade and AI deepfakes go mainstream, experts warn of impact on elections. Available via the link: <https://apnews.com/article/election-2024-misinformation-ai-social-media-trump-6119ee6f498db10603b3664e9ad3e87e> (Accessed: 03 February 2025).
20. Fact check: Disinformation's impact on the US election. Available via the link: <https://www.dw.com/en/fact-check-what-role-did-disinformation-play-in-the-us-election/a-70729575> (Accessed: 03 February 2025).
21. «АЭС уже построили»: проверяем видео. Доступно по ссылке: <https://factcheck.kz/fastchesk/aes-uzhe-postroili-proveryaem-video/> (дата обращения: 19 января 2025 г.).
22. Минэнерго: казахстанских блогеров возили в Корею и Францию в рамках «разъяснительной работы» о строительстве АЭС. Доступно по ссылке: <https://rus.azattyq.org/a/32201639.html> (дата обращения: 19 января 2025 г.).
23. America's News Influencers. Available via the link: <https://www.pewresearch.org/journalism/2024/11/18/americas-news-influencers/> (Accessed: 03 February 2025).
24. Telegram в России. Доступно по ссылке: <https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:Telegram> (дата обращения: 19 января 2025 г.).

М.К. Дюсембекова¹, Е.К. Кожбанхан², Ж.Ж. Куптлеуова³

^{1,3}Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

²Международный университет Астана, Астана, Казахстан

Цифровая эпоха и политическая пропаганда: формирование общественного мнения в условиях глобализации информации (на примере президентских избирательных кампаний в США и России в 2024 году и референдума в Казахстане)

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию влияния цифровых технологий на политическую пропаганду в условиях глобализации информации. Целью исследования является анализ механизмов формирования общественного мнения под воздействием цифровой среды. Научная значимость работы заключается в изучении эволюции методов политической коммуникации, в том числе таргетинга, персонализации и распространения дезинформации. Практическая значимость заключается в выработке рекомендаций по противодействию манипуляции общественным сознанием.

Методология исследования включает контент-анализ политических сообщений, кейс-стадии анализа цифровых кампаний и сравнительный анализ методов политической пропаганды в странах с различными политическими режимами. В качестве примеров были выбраны политические кампании в США и России (2024) и референдум по строительству АЭС в Казахстане. Основные результаты показали, что использование персонализированной рекламы, дезинформация и влияние лидеров мнений существенно изменили политические процессы. Глобализация информации способствует ускорению распространения новостей, но одновременно усиливает поляризацию общественного мнения.

Вклад статьи заключается в углублении понимания воздействия цифровой среды на политическую пропаганду и предоставлении рекомендаций для повышения устойчивости демократических процессов. Практическое значение результатов состоит в возможности их применения для борьбы с дезинформацией и повышения эффективности политической коммуникации.

Ключевые слова: цифровые технологии, политическая пропаганда, общественное мнение, дезинформация, глобализация информации, социальные сети, таргетинг.

М.К. Dyussebekova¹, Ye.K. Kozhbankhan², Zh. Zh. Kuptleuova³

^{1,3}*L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

²*Astana International University, Astana, Kazakhstan*

The Digital Age and political propaganda: shaping public opinion in the context of information globalization (using the example of the presidential election campaigns in the United States and Russia in 2024 and the referendum in Kazakhstan)

Abstract. This article is dedicated to studying the impact of digital technologies on political propaganda in the context of information globalization. The aim of the research is to analyze the mechanisms of public opinion formation under the influence of the digital environment. The scientific significance of the work lies in the study of the evolution of political communication methods, including targeting, personalization, and the spread of disinformation. The practical significance is in developing recommendations for countering the manipulation of public consciousness.

The research methodology includes content analysis of political messages, case studies of digital campaigns, and comparative analysis of political propaganda methods in countries with different political regimes. Examples include political campaigns in the USA and Russia (2024) and the referendum on the construction of a nuclear power plant in Kazakhstan. The main findings showed that the use of personalized advertising, disinformation, and the influence of opinion leaders have significantly changed political processes. Information globalization facilitates the rapid spread of news but simultaneously increases the polarization of public opinion.

The contribution of the article lies in deepening the understanding of the impact of the digital environment on political propaganda and providing recommendations for enhancing the stability of democratic processes. The practical value of the results lies in their potential application in combating disinformation and improving the effectiveness of political communication.

Keywords: digital technologies, political propaganda, public opinion, disinformation, information globalization, social networks, targeting.

References

1. Bodriyay, Zh. (2013) Simulyakry i simuljaciya. Moskva: Ripol Klassik, s. 318. [in Russian]
2. Simulyakr, Novaya filosofskaya jenciklopediya. Dostupno po ssylke: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASHe582c0684b9932e2c8eae5> (data obrashheniya: 19 yanvarya 2025 g.). [in Russian]
3. Frischlich, L., Humprecht, E. (2021) Trust, democratic resilience, and the infodemic. Zurich: Policy Paper Series, p. 37.
4. Lasswell, H.D. () 1948The structure and function of communication in society, The communication of ideas, 1(37), pp. 136-139.
5. Castells, M. (2011) The rise of the network society. New Jersey: John wiley & sons, p. 597.
6. Pariser, E. (2011) The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. London: Penguin, p. 304
7. Johnson, J. (2018) Political Consultants and Campaigns: One Day to Sell. New York: Routledge, p. 320.
8. O'Connor, C., Weatherall, J.O. (2018) The misinformation age: How false beliefs spread. London: Yale University Press, p. 280.
9. Bokaev, S.O. (2009) Politicheskie tehnologii kak faktor formirovaniya obshhestvennogo mneniya i jelektoral'nogo povedeniya: mirovoj opyt i Kazahstan: avtoreferat dissertacij na soiskanie kandidata politicheskikh nauk. Almaty, s. 26. [in Russian]
10. Ajgelova, A.M., Ishanova, A.K. (2023) Problemy analiza fake news v social'nyh media, Vestnik Evrazijskogo nacional'nogo universiteta imeni L.N. Gumileva. Seriya Zhurnalistika, 1(142), str. 97-103. Dostupno po adresu: DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2023-142-1-97-103>. [in Russian]
11. Sunstein, C. (2018) Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton: Princeton university press, p. 336.
12. Chakraborty, P.P. (2024) Strategic Use of Social Media and Podcasts in Donald Trump's 2024 Presidential Campaign, European Economic Letters, 4(14), pp. 705-724.
13. Kak budet vyglyadet' AJeS v Kazahstane, pokazal ChatGPT. Dostupno po ssylke: <https://informburo.kz/novosti/kak-budet-vyglyadet-aes-v-kazaxstane-pokazal-chatgpt> (data obrashheniya: 19 yanvarya 2025 g.). [in Russian]
14. The use of social media in the 2024 US election campaign. Available via the link: <https://media-beats.com/en/social-media-us-election-campaign-2024/> (Accessed: 03 February 2025).
15. The Bold Marketing Tactics Behind Trump's Return. Available via the link: <https://www.adweek.com/social-marketing/trumps-bold-marketing-tactics-in-2024/> (Accessed: 03 February 2025).
16. Joe Rogan Experience №2219 - Donald Trump. Available via the link: <https://www.youtube.com/watch?v=hBMoPUAeLnY&t=2062s> (Accessed: 03 February 2025).
17. V Kazahstane proshel referendum o stroitel'stve AJeS. Dostupno po ssylke: <https://www.bbc.com/russian/articles/cgk7empj22lo> (data obrashheniya: 19 yanvarya 2025 g.). [in Russian]
18. Jeksperty: "VKontakte" i Telegram - glavnye fejkovye ploshhadki Runeta. Dostupno po ssylke: <https://rg.ru/2024/08/11/proverka-faktov.html> (data obrashheniya: 19 yanvarya 2025 g.). [in Russian]
19. As social media guardrails fade and AI deepfakes go mainstream, experts warn of impact on elections. Available via the link: <https://apnews.com/article/election-2024-misinformation-ai-social-media-trump-6119ee6f498db10603b3664e9ad3e87e> (Accessed: 03 February 2025).
20. Fact check: Disinformation's impact on the US election. Available via the link: <https://www.dw.com/en/fact-check-what-role-did-disinformation-play-in-the-us-election/a-70729575> (Accessed: 03 February 2025).

21. «AJeS uzhe postroili»: proverjaem video. Dostupno po ssylke: <https://factcheck.kz/fastchesk/aes-uzhe-postroili-proveryaem-video/> (data obrashheniya: 19 yanvarya 2025 g.).

22. Minjenergo: kazahstanskikh blogerov vozili v Koreyu i Franciyu v ramkah «razyasnitel'noj raboty» o stroitel'stve AJeS. Dostupno po ssylke: <https://rus.azattyq.org/a/32201639.html> (data obrashheniya: 19 yanvarya 2025 g.).

23. America's News Influencers. Available via the link: <https://www.pewresearch.org/journalism/2024/11/18/americas-news-influencers/> (Accessed: 03 February 2025).

24. Telegram v Rossii. Dostupno po ssylke: <https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:Telegram> (data obrashheniya: 19 yanvarya 2025 g.).

Авторлар туралы мәлімет:

Дюсембекова М.К. – хат-хабарға жауапты автор, саяси ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Қожбанхан Е.К. – PhD, Мемлекет тарихы институты, Астана, Қазақстан.

Куптлеуова Ж.Ж. – PhD докторант, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Дюсембекова М.К. – автор для корреспонденции, кандидат политических наук, ассоциированный профессор, Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан.

Қожбанхан Е.К. – PhD, Государственный институт истории, Астана, Казахстан.

Куптлеуова Ж.Ж. – PhD докторант, Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан.

Dyussembekova M.K. – Corresponding author, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Kozhbankhan E.K. – PhD, State Institute of History, Astana, Kazakhstan.

Kuptleuova Zh.Zh. – PhD doctoral student, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).