Академия государственного управления при Президенте Республики Казахстан

УДК 32.019.52

На правах рукописи

**Абенова Айсулу Султановна**

**Современные технологии управления общественным мнением в Республике Казахстан**

6D051000 – Государственное и местное управление

Диссертация на соискание степени

доктора по профилю

Научные консультанты:

кандидат экономических наук

Абил Е.К.

кандидат политических наук:

Темирболат Б.Б.

Республика Казахстан

Астана, 2024

**СОДЕРЖАНИЕ**

[НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ 3](#_Toc181191366)

[ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ 4](#_Toc181191367)

[ВВЕДЕНИЕ 5](#_Toc181191368)

[1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ 15](#_Toc181191369)

[1.1 Теоретико-методологические основы изучения общественного мнения 15](#_Toc181191370)

[1.2 Политическое управление как процесс информационно- коммуникативного регулирования общественных отношений и социальная роль общественного мнения 23](#_Toc181191371)

[1.3 Основные концепции воздействия на общественное мнение 32](#_Toc181191372)

[1.4 Мировой опыт управления общественным мнением 41](#_Toc181191373)

[2 ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ФАКТОР ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН 56](#_Toc181191374)

[2.1 Общественное мнение в механизме формирования государственной политики сквозь призму публичной политики 56](#_Toc181191375)

[2.2 Средства массовой информации и социальные сети как элемент механизма формирования общественного мнения 75](#_Toc181191376)

[2.3 Влияние общественного мнения на государственную политику в Республике Казахстан 94](#_Toc181191377)

[3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА 119](#_Toc181191378)

[3.1 Основные проблемы и противоречия в медиакоммуникационной сфере Казахстана 119](#_Toc181191379)

[3.2 Институционализация общественного мнения в Казахстане как условие повышения эффективности государственного управления 129](#_Toc181191380)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 142](#_Toc181191381)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 148](#_Toc181191382)

[ПРИЛОЖЕНИЕ А 159](#_Toc181191383)

[Приложение Б 161](#_Toc181191384)

[Приложение В 162](#_Toc181191385)

[ПРИЛОЖЕНИЕ Г 164](#_Toc181191386)

# НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящей диссертации использованы ссылки на следующие стандарты:

Закон Республики Казахстан. О выборах в Республике Казахстан: принят 28 сентября 1995 года, № 2464.

Закон Республики Казахстан. О национальной безопасности Республики Казахстан: принят 6 января 2021 года, № 527 – IV.

Закон Республики Казахстан. Об общественном контроле: принят 2 октября 2023 года № 30-VIII ЗРК.

Закон Республик Казахстан. О персональных данных и их защите: принят 21 мая 2013 года, № 94-V.

Закон Республики Казахстан. Об информатизации: принят 24 ноября 2015 года, № 418-V.

Закон Республики Казахстан. О государственных услугах: принят 15 апреля 2013 года, № 88-V.

Постановление Правительства Республики Казахстан. Об утверждении Концепции кибербезопасности («Киберщит Казахстана»): утвержден 30 июня 2017 года, № 407.

Постановление Правительства Республики Казахстан. Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан»: утвержден 12 декабря 2017 года, № 827.

Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана. Принят 2 сентября 2019 года.

Указ Президента Республики Казахстан. О государственной программе «Информационный Казахстан – 2020»: принят: 5 мая 2018 года, № 681.

Указ Президента Республики Казахстан. Концепция развития гражданского общества в Республике Казахстан до 2025 года: принят 27 августа 2020 года, № 390.

# ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

**ЗКО** – Западно-Казахстанская область

**ИИ** – искусственный интеллект

**КНР** – Китайская Народная Республика

**МСЭ** – Международный союз электросвязи

**НАСО РК** – Национальная Ассоциация по связям с общественностью Республики Казахстан

**ООН** – Организация Объединенных Наций

**ОЭСР** – Организация экономического сотрудничества и развития

**ПИИ** – прямые иностранные инвестиции

**СКО** – Северо-Казахстанская область

**СМИ** – средства массовой информации

**США** – Соединенные Штаты Америки

**ТВ** – Телевидение

**ЮНИСЕФ** – Детский фонд ООН

**ALMAU** – Алматы Менеджмент Университет

**Сovid-19** – CoronaVirus Disease 2019

**ССТV** – Сhinа Сеntrаl Теlеvisiоn

**GR** – Government relations

**PR** – Public Relations

**SNA** – Social Network Analysis

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. На сегодняшний день отечественные технологии управления общественным мнением нуждаются в более глубоком и полном обновлении их содержания, адаптации к особенностям современной глобализации и информатизации в мире. В социогуманитарной науке еще не решены некоторые теоретико-методологические вопросы, касающиеся феномена общественного мнения как фактора обратной связи в системе государственного управления Республики Казахстан.

Вирусный удар СOVID-19 как радикальное изменение всей цивилизации привел к существенным изменениям в современной мировой политике, осуществляя переход в новый мировой порядок информационного общества. Сегодня, в эпоху Четвертой промышленной революции, мы наблюдаем трансформацию публичного пространства под воздействием искусственного интеллекта, интернета вещей и цифровой информации. Эти технологии предлагают совершенно новые подходы к управлению общественным мнением.

Все это диктует необходимость рассматривать роль общественного мнения в преемственной связи с предыдущими этапами его эволюции, в единстве с исторически сложившимися многочисленными свойствами, знания и учет которых открывают в данном исследовании определенный простор для конструирования методов работы. Такой ретроспективный подход позволяет выявить специфические черты и характерные особенности современных технологий политического управления общественным мнением.

На данном этапе важным механизмом формирования и построения эффективной государственной политики является система, позволяющая отслеживать и контролировать многочисленные процессы в развитии государственного менеджмента.

Актуальность диссертационного исследования обусловлена несколькими факторами. Прежде всего, в комплексе причин, определяющих актуальность исследования современных технологий управления общественным мнением в Республике Казахстан, следует выделить необходимость решения важной методологической задачи – интегрирования гетерогенного знания о природе политического управления и получения его системной характеристики. Значимость данного исследования объясняется тем, что мы находимся в цифровой эпохе, где доступность и быстрота распространения информации позволяют миллионам людей формировать свое собственное мнение, основываясь на сопоставлении различных фактов и точек зрения.

Тема данного исследования особенно актуальна в связи с тем, что проблематика способов и методов формирования общественного мнения диктует возрастание исследовательского интереса к вопросу управления эффективностью государственной политики в этом направлении. Особую целесообразность приобретает исследование вопросов, связанных с деятельностью институтов власти по трансформации общественного сознания и в частности формированию общественного мнения.

В современном обществе существует множество управленческих отношений в различных сферах жизни, включая политику. Достижение целей в этих областях часто невозможно без эффективного управленческого воздействия. Отмечается, что процесс политического управления имеет значительное влияние на функционирование общества, его стабильность и ключевые аспекты успеха.

Актуальность данной темы исследования также определяется важностью общественного мнения в современных социально-политических процессах. В демократических обществах общественное мнение играет важную роль в принятии и реализации решений по важным вопросам общественной жизни. Развитие гражданского общества и укрепление истинной демократии требуют серьезного внимания к функционированию общественного мнения в системе социального взаимодействия.

В научной литературе существует разнообразие определений понятия «общественное мнение», отражающее его сложность и многомерность. Каждое определение обычно связано с определенным подходом к его изучению, с уклоном в определенные аспекты или проявления общественного мнения. Среди ключевых аспектов интерпретации общественного мнения можно выделить психологическое определение, этическую интерпретацию и интерпретацию в контексте взаимоотношений.

Такой подход к пониманию общественного мнения позволяет выявить его структуру, состоящую из основных компонентов, таких как цель, предмет, механизмы, формы и способы выражения.

Однако лишь некоторые научные исследования затрагивают взаимодействие между органами государственной власти и народом, а также технологии управления общественным мнением в избирательном процессе. Понятие общественного мнения сформировалось в контексте теории демократии и гражданского общества. Фактически способность формирования общественного мнения, его выражение и общественное влияние на ход общественно-политических процессов являются важными критериями демократического характера общества. Поэтому при изучении феномена общественного мнения невозможно пренебрегать его социальной и политической природой и функциями.

Встающие проблемы в XXI веке, связанные с возможностью манипулирования общественным мнением и осознанием опасностей, которые такая манипуляция представляет, придают важность теоретическому исследованию процессов формирования общественного мнения и факторов, определяющих эти процессы.

Обоснованность выбранной темы исследования определяется тем фактом, что эффективность современной власти оценивается по способности видоизменить привычное поведение граждан. Кризис, вызванный пандемией коронавируса, способствует не только спаду экономических показателей, он дал толчок к расшатыванию социально-политической ситуации. Представляется уместным процитировать мнение Главы государства К.К. Токаева: «Кризис показал социальные диспропорции в нашем обществе, недоверие граждан к местным и центральным властям. В целом вся система государственного управления серьезно отстала от веления времени. Идеологическому аппарату тоже не хватает знаний, опыта, креативности и смелости. Нужна перестройка государственного управления…» [1].

Вместе с тем, жёсткая политика сдерживания и социального дистанцирования привела к резкому сокращению экономической деятельности, дала толчок к безработице и росту социальной напряженности. Неопределённость будущего, закрытие границ изменили реакцию общественного мнения на социально-экономические процессы и на политическое управление не только в Республике Казахстан, но и во всем мире. Государство стало главной силой, детерминирующей основные решения, расстановку приоритетов, помощь и спасение. К нему за помощью потянулись все: от предприятий до людей. Наступило время сильных правительств. В результате недоверия к рынку вера в государство возрастает. Так, когда началась Великая депрессия в США, люди потребовали, чтобы сильное правительство вмешалось и исправило ошибки, допущенные рыночной системой.

В этой ситуации происходит обострение роли общественного мнения, усиление политического управления в процессе информационно- коммуникативного регулирования общественных отношений, а экономика и общество переходят от доминирования вертикальных связей к сетевым взаимодействиям. Данная тенденция предъявляет новые и особые требования к построению коммуникации государства и общества: модели и механизмы сетевого политического управления становятся новыми акторами в социальном пространстве, задающими собственные требования.

Сегодня, как никогда прежде, актуален комплексный анализ феномена общественного мнения. На современном этапе политологические исследования подразумевают решение важнейших задач – переориентацию массового сознания народов на духовно-нравственные, морально-этические ценности гражданского общества, где общество выступает как коллективное начало гражданственности, в котором цивилизируются социокультурные, гражданские отношения и само политическое управление.

Научный интерес к данной теме является обоснованным в связи с возросшей ролью неправительственных организаций, развитием лоббистской деятельности, новыми политическими технологиями PR (public relations), постоянным усилением разнообразных, порой противоречивых информационных потоков. Все эти перечисленные тенденции позволили по-новому взглянуть на современные технологии управления общественным мнением в Республике Казахстан.

Степень изученности проблемы. В казахстанской и мировой общественно-политической научной мысли имеются исследования и наблюдения, посвященные проблеме управления общественным мнением. Хотя термин «общественное мнение» появился относительно недавно, но само это явление наблюдалось практически во все исторические эпохи.

Проблема управления общественным мнением всегда привлекала внимание мыслителей и исследователей. Еще в античности феноменом общественного мнения занимались Аристотель и Платон. Демократический характер администрации требовал анализа плюсов и минусов участия обычных граждан в принятии политических решений. Аристотель настаивал на преимуществе аристократической формы политического управления, так как данная власть – это власть образованных и мудрых людей. Дальнейшее развитие данного подхода можно обнаружить в работах Платона, который высказывал убеждение, что «мнение мудрых» или аристократов является более достоверным, чем «мнение масс». Однако Аристотель, который опирался в первую очередь на идеи Платона, считал, что мнение народа играло важную роль в управлении, доминировало в деятельности элиты, и все коллективные решения, изложенные в работе «политика», были более эффективными и благоприятными для общества, потому что, согласно Аристотелю, политика, проводимая с учетом мнения народа, становилась более эффективной и благоприятной для общества [2, с. 410].

В своем труде «Государь» Макиавелли представляет неоднозначную политическую интерпретацию общественного мнения. Он вносит значительный вклад в понимание особенностей политической власти. Макиавелли признает «великую силу» народа и его сильную поддержку государю. Он отмечает, что «государям, которые больше боятся народа, чем внешних врагов, полезны крепости, то есть механизмы удержания власти. Однако для тех правителей, которые больше боятся внешних врагов, чем народа, крепости не являются необходимыми. Макиавелли считает, что лучшая из всех «крепостей» для государя – это не быть ненавистным народу.

Н. Макиавелли отмечает некоторые социально-психологические особенности отражения фигуры государя в общественном мнении: «…люди большей частью судят по виду, так как увидеть дано всем, а потрогать руками – немногим. Каждый знает, каков ты с виду, немногим известно, каков ты на самом деле, и эти последние не посмеют оспорить мнение большинства, за спиной которого стоит государство» [3, с. 47].

Наибольший вклад в разработку управления общественным мнением внесли мыслители Нового времени Ф. Бэкон, Т. Гоббс, Дж. Локк: поведение людей координируется их мнениями, и хорошее управление мнениями заключается в хорошем управлении поведением людей, что приводит к установлению мира и гармонии между ними. У Гоббса была концепция «общественного договора», при котором государство должно быть как можно более интегрированным в общество. По Локку, государство формируется на основе общественных отношений, существующих в естественном состоянии. Постепенно сформировалось убеждение, что чрезмерно возросшее состояние препятствует свободному волеизъявлению индивида и реализации его потенциальных возможностей [4, с. 358].

Существует множество зарубежных ученых, которые занимались исследованием феномена общественного мнения. Среди них Г. Тард, Г. Лебон, Э. Фромм, У. Липпман, Э. Ноэль-Нойман, С. Московичи, Ж. Бодрийяр, Ю. Левада, Б. Грушин, С. Кара-Мурза, М. Горшков, В. Франц и другие. Их работы стали методологической основой для исследования данной темы.

В книге Г. Тарда «Общественное мнение и толпа» присутствуют интересные положения о содержании общественного мнения, механизмах его формирования и проявления. Тард утверждал, что общественное мнение создается определенной «публикой» с нечеткими границами, которая связана с массовыми духовно-психологическими процессами [5, с. 29].

Французский психолог и социолог Гюстав Лебон внес значительный вклад в изучение технологии управления общественным мнением. Его книга «Психология народа и масс» стала отправной точкой для многих исследований о манипулировании общественным мнением. Лебон считал, что эмоции, а не рациональные причины, играют решающую роль в социальных процессах. Он подчеркивал, что поведение толпы имеет разрушительную силу и что понимание психологии масс является важным инструментом для политиков [6, с. 350].

Политолог и социолог Уолтер Липпман также внес значимый вклад в изучение общественного мнения и технологии его управления. В своей монографии он исследовал природу, формы существования, модели формирования и функционирования общественного мнения, а также влияние средств массовой информации на него [7, с. 384].

Французский философ Жак Бодрийяр представил системный анализ общественного мнения, отмечая, что опросы не всегда отражают настоящее общественное мнение. Он утверждал, что общественное мнение подобно зеркалу, которое непрестанно дублирует своё отражение, аналогично тому, как валовой национальный продукт отражает производительные силы, независимо от их общественной целесообразности. Бодрийяр подчеркивал, что секретом массового представительства является непрерывное воспроизводство общественного мнения [8].

Российский социолог Юрий Левада также подчеркивал актуальность изучения общественного мнения. Он отмечал, что жизнь общества определяется функционированием и изменением социальных отношений, а управление социальными процессами является важной составляющей этой деятельности. Левада подчеркивал, что сознательные действия людей и групп могут рассматриваться как формы управления общественными процессами [9, с. 54].

В работе российского ученого В. Франца «Управление общественным мнением» раскрывается эволюция понятия «общественное мнение» и изучаются принципы и методы управления им в современном мире. Эта работа также представляет ценную информацию для понимания данной проблематики [10].

Таким образом, исследование общественного мнения привлекло внимание множества зарубежных и российских ученых. Работы этих авторов стали основой для изучения содержания, формирования, проявления и управления общественным мнением, а также подчеркнули важность понимания психологических и социальных аспектов данного явления.

Особое внимание в контексте нашего диссертационного исследования было уделено работам казахстанских исследователей Байменова А. [11], Капарова С.Г. [12], Нуртазина М.С. [13], Турисбека А.З. [14], Турисбекова З.К. Капарова С.Г. [15], в которых раскрываются различные стороны феномена общественного мнения, влияния политических коммуникаций на его формирование.

Отдельные аспекты роли СМИ в формировании общественного мнения рассматривались в работах Алиярова Е.К. [16], Ибраевой Г.Ж. [17], Нуртазиной Р.А [18], Султанбаевой Г.С. [19], Барлыбаевой С.Х. [20], Бокаева С.О. [21]. В контексте нашего исследования интерес представляет исследование Нугмановой К.Ж., посвященное политическим аспектам информационной безопасности, гражданского общества, политической культуры и политическим технологиям [22].

Вопросам формирования общественного мнения были посвящены сборники научных работ, опубликованные Казахстанским институтом стратегических исследований при Президенте Республики Казахстан [23]. Также отметим исследовательский институт «Общественное мнение», который занимается изучением общественного мнения и проводит социологические и маркетинговые исследования в Казахстане и других странах мира. Ученые института имеют опыт проведения исследований как в странах Центральной Азии, так и в странах Западной Европы и некоторых восточных странах.

Однако вынуждены констатировать, что всесторонний анализ технологий управления общественным мнением в Казахстане не проводился, и в отечественной социогуманитарной литературе данное направление не получило специального развития.

Следует признать, что различные аспекты государственной службы, и в том числе вопросы управления эффективностью органов государственной власти, раскрыты в недостаточной мере, что можно объяснить незавершенным процессом методологического обновления социогуманитарных наук в Республике Казахстан в постсоветский период.

**Объектом исследования** является общественное мнение как социальный институт современного общества.

**Предметом исследования** выступают современные политические технологии управления общественным мнением в Республике Казахстан.

**Целью исследования** является комплексный анализ концептуальных основ управления общественным мнением, особенностей влияния общественного мнения на социально-экономические процессы и выработку политических решений в Республике Казахстан.

**Реализации поставленной цели подчинено решение следующих задач:** – осуществить научно-теоретический анализ политического управления общественным мнением с использованием новых методологических оснований, систематизировать основные концепции воздействия на общественное мнение;

– проанализировать политическое управление как процесс информационно-коммуникативного регулирования общественных отношений, раскрыть социальную роль общественного мнения;

– проанализировать международный опыт управления общественным мнением;

– изучить общественное мнение сквозь призму публичной политики и проанализировать влияние социальных сетей, средств массовых информаций на формирование общественного мнения;

– проанализировать влияние общественного мнения на государственную политику в Республике Казахстан;

– выявить современные технологии управления общественным мнением в СМИ и интернет-пространстве Республики Казахстан;

Научная новизна диссертации состоит в следующем:

– обобщена и дополнена система теоретико-методологических подходов к проведению исследований технологии управления общественным мнением;

– выявлены специфика и характер содержания процесса формирования общественного мнения через призму эволюционного изменения моделей публичной политики, исследованы этапы и проблемы становления публичной сферы Казахстана;

– выявлены и проанализированы причины эффективности/неэффективности современных политических технологий управления и формирования общественного мнения в Республике Казахстан и необходимость их адаптации к тем условиям, в которых они будут использоваться;

– доказано, что эффективность деятельности государственных органов и укрепление диалога с населением зависит от развития информационных технологий и правильного использования политических технологий;

– доказано, что цифровые технологии революционизируют старые инструменты манипулирования общественным мнением, что мировой тенденцией стало управление массами с помощью искусственного интеллекта;

– предложены конкретные рекомендации в сфере совершенствования политических технологий управления общественным мнением и обеспечения информационного суверенитета Республики Казахстан.

**Теоретической и методологической основой диссертации** являются общенаучные принципы системного и структурного анализа в сочетании с дискурсным, компаративистским и бихевиористским методами исследования. Также теоретической основой исследования являются фундаментальные научные работы отечественных и зарубежных ученых по политическому управлению общественным мнением.

В основе настоящего исследования лежит аналитический метод, позволивший рассмотреть международный и отечественный опыт деятельности субъектов управления общественным мнением. Анализ научных исследований, теоретической и эмпирической литературы по политическому управлению общественным мнением, информационной безопасности, влиянию социальных сетей и средств массовой информации на формирование общественного мнения помог обобщить в диссертации существующие концепции, подходы и тенденции в данной области. Кроме того, позволило получить глубокое понимание политического управления общественным мнением, его влияния на социально-экономические процессы и формирование политики.

При решении поставленных задач автор использовал системный подход. Методологическая значимость системного подхода обусловлена пониманием того, что система современных технологий управления общественным мнением интегрирована в единую систему интереса социогуманитарных наук. Впервые на основе контент-анализа публикаций определена роль СМИ в формировании общественного мнения касательно проводимых социальных реформ в Казахстане.

На большом теоретическо-методологическом материале анализируется политическое управление как процесс информационно-коммуникативного регулирования общественных отношений в современном Казахстане.

В диссертации использованы сравнительные и социологические методы: проведен экспертный опрос в профильном государственном органе – Министерстве информации и общественного развития (Приложение А).

Автором диссертационного исследования применены статистические методы для обработки и анализа полученных данных, определения степени связи между различными переменными и выявления статистически значимых результатов и закономерностей в управлении общественным мнением.

Также в работе проведен анализ содержания и тенденций в СМИ и интернет-пространстве Республики Казахстан для понимания их воздействия на общественное мнение, а также анализ угроз, связанных с кибернетическим пространством, использованием искусственного интеллекта и транснациональных медиакорпораций.

В интересах исследования изучены официальные документы, отчеты, стратегии и программы, связанные с политическим управлением и формированием общественного мнения (метод документационного анализа). Анализ данной информации позволил оценить правовую и организационную основу деятельности государственных органов в этой сфере.

В результате применения метода синтеза проведено обобщение результатов, выявлены основные тенденции в сфере политического управления общественным мнением, разработаны предложения и рекомендации для совершенствования политических технологий управления общественным мнением и обеспечения информационного суверенитета в Республике Казахстан.

Кроме того, применен метод компьютерного моделирования, в частности, использованы компьютерные модели и симуляции для исследования влияния различных факторов на формирование общественного мнения и оценки эффективности политических технологий.

Гипотеза научного исследования. Эффективность деятельности государственных органов и укрепление диалога с населением зависит от развития информационных технологий, эффективного использования политических технологий.

**Основные положения, выносимые на защиту.**

1. В дополнение к системе теоретико-методологических Предложена авторская дефиниция, объединяющая наработки в рамах различных существующих подходов (эмпирического, психологического, социолого-психологического, деятельностного): *общественное мнение* – это социально-психологический феномен с системной природой, который может формироваться стихийно либо преднамеренно, отражает мнения по актуальным вопросам, бытующие в обществе или определенной его страте через действия и/или высказывания индивидов как отдельных представителей общества и при этом оказывает влияние на общество в целом и на отдельных его представителей или их группы и в связи с этим – обладающий трансформационным потенциалом.

2. Специфика и характер формирования общественного мнения рассмотрен сквозь призму эволюционного изменения моделей публичной политики, исследованы этапы и проблемы становления публичной сферы Казахстана. Наряду с положительными изменениями выявлены: преобладание администрирования со стороны государства и недостаток контроля со стороны гражданского общества. Это может быть преодолено через модель «слышащего государства» с постоянным совершенствованием инструментов мониторинга общественного мнения и повышением оперативности реагирования на запросы населения, активно применяя современные технологии, а именно искусственный интеллект.

3. Эффективность/неэффективность современных политических технологий формирования общественного мнения в Республике Казахстан зависит от их адаптации к тем условиям, в которых они будут использоваться. Эффективность деятельности государственных органов и укрепление диалога с населением на сегодняшний день напрямую зависит от развития информационных технологий и их использования в повседневной работе;

4. Цифровые технологии революционизируют старые инструменты управления общественным мнением, мировой тенденцией стало управление массами с помощью искусственного интеллекта. На основе анализа международного опыта выявлены успешные практики и технологии, применяемые в различных странах, и подготовлены предложения по их применению с учетом отечественной специфики.

5. В качестве конкретных рекомендаций разработана прикладная модель для искусственного интеллекта Data Science на языке программирования Phyton в Jupyter Notebook по прогнозу оценки комментариев по выбранному датасету, определены оптимальные гиперпараметры, построены метрики модели. (данные формулировки ясны специалистам по ИИ).

6. Сформулированы рекомендации по работе с общественным мнением, а также по регулированию и защите цифровой конфиденциальности для внедрения в сферах государственного управления и государственной политики.

**Теоретическая и практическая значимость исследования** определяется тем, что положения и выводы, содержащиеся в диссертации, могут быть использованы в ходе фундаментальных и прикладных исследований на аналогичную тему. Кроме того, результаты исследования могут найти практическое применение в современном учебном процессе в качестве специального курса «Управление общественным мнением». Данное исследование может быть полезно при выработке политических решений по регулированию общественных отношений и управлению общественным мнением в СМИ и интернет-пространстве. В исследовании приведены конкретные разработки и рекомендации по искусственному интеллекту, которые могут быть использованы в работе государственных органов.

**Апробация результатов исследования**.

Основные положения диссертации изложены в 4 публикациях автора, опубликованных в казахстанских и зарубежных изданиях, одной научно- практической конференции:

1. Investigating the relationship between tax culture and tax communication in Kazakhstan (Problems and Perspectives in Management-Scopus)

2. Управление общественным мнением как фактор повышения эффективности государственного управления (КОКСОН КИСИ).

3. Управление эффективностью государственной политики по формированию общественного мнения: методологические аспекты (КОКСОН ВЕСТНИК)

4. Общественное мнение и эффективность государственного управления (КОКСОН ВЕСТНИК)

5. Методологические аспекты управления эффективностью государственной политики по формированию общественного мнения: экономические стратегии, концепции и подходы (Конференция)

6. Управление общественным мнением в Казахстане: особенности и специфика (Статья на портале 365info.kz)

По результатам диссертационного исследования были направлены предложения в Министерстве информации и общественного Развития Республики Казахстан (Приложение Б) и в Министерстве экономики Республики Казахстан (Приложение В), для использования в работе.

**Структура диссертации** подчинена цели и задачам исследования, соответствует логике научного исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, а также приложений. Объем диссертационной работы составляет 158 страниц машинописного текста.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ
   1. Теоретико-методологические основы изучения общественного мнения

Существуют различные концепции и теории в гуманитарных науках, объясняющие отдельные аспекты общественного мнения. Однако механизм функционирования общественного мнения недостаточно изучен, так как преобладают социологические и психологические исследования данного явления. Сфера влияния общественного мнения в информационном обществе непрерывно расширяется.

Понятие «общественное мнение» относится к числу древних политических понятий. Возникнув с появлением гражданина как независимого представителя и политика с правами и обязанностями, понятие «общественное мнение» изменилось по содержанию и значению. Это было связано с изменением самого характера общностей, связанных организацией интересов государства.

Научные представления об общественном мнении впервые появились в древности. Так, римский оратор Цицерон (106–43 гг. до н.э.) часто повторял тезис «Vоx рорuli – Vоx Dеi», что в переводе с латинского языка означало «глас народа – глас Божий», тем самым указывая на важность общественного мнения для государства.

Термин «общественное мнение» впервые был введен в научный оборот в XII веке государственным деятелем Англии Д. Солсбери, чтобы показать поддержку парламента со стороны народа. Американский общественный деятель Т. Джефферсон, автор «Декларации независимости США» 1776 года, рассматривал общественное мнение как механизм контроля общественности за деятельностью государственных органов и выступал за полноправное включение его в политический процесс. Он выступал против искусственных цензов и ограничений для участия в выражении мнений посредством голосования. Таким образом, в США термин «общественное мнение» использовался в повседневной жизни и стал одним из главных составляющих в государственном управлении при взаимодействии с народом [24, с. 17].

В период Нового времени вопросы, связанные с общественным мнением, поднимались в работах английского ученого Т. Гоббса, который считал, что действия людей зависят от мнения других людей [25, с. 110]. Английский философ Дж. Локк также считал, что действия индивида зависят от общественного мнения [4, с. 251]. По мнению французского мыслителя Жана Жака Руссо, общественное мнение есть источник «неписанного нравственного закона, на который в конечном итоге опираются все иные виды законов» [26, с. 50]. Впервые общественное мнение как механизм влияния народа на государственную власть рассматривал Д. Юм [27, с. 97]. Единую теорию общественного мнения разработал великий немецкий философ Г.Ф. Гегель, который показал диалектическую взаимосвязь субъект-объектных отношений общественного мнения и противоречивую природу данного явления. Народ является основным субъектом общественного мнения, а политическая элита только выражает всеобщее мнение [28, с. 43].

Во взаимодействии власти и общественного мнения приоритет общественному мнению был дан в учении французского общественного деятеля Алексиса де Токвиля, на взгляд которого, общественное мнение и есть власть. Он пишет: «Массе нет никакой надобности прибегать к силе законов, чтобы подчинить себе тех, кто думает иначе» [29, с. 199].

Самостоятельным объектом изучения общественное мнение становится только в конце XIX – начале XX веков. Русский философ В.М. Хвостов обосновывал ведущую роль широких слоев населения в процессе формирования общественного мнения и считал, что различные политические субъекты в зависимости от «социального веса» способны влиять на общественное мнение [30, с. 13].

Работы А. Лоуэлла «Общественное мнение и народное правительство» и У. Липпмана «Общественное мнение» оказали значительное влияние на понимание политической роли общественного мнения. Особенно впечатляет точка зрения А. Лоуэлла, который считал, что некоторые политические проблемы не могут быть должным образом решены путем полагания исключительно на общественное мнение. Его взгляд основывается на теоретическом анализе вопроса о компетентности общественного мнения в области управления и государственного управления [31, с. 53].

Вопросы управления общественным мнением, его взаимосвязь с формой общественного сознания – стереотипами – начали рассматриваться учеными в философских и социальных теориях XX века. Вопрос существования общественного мнения как независимого феномена был рассмотрен У. Липпманом. Рассмотрев соотношение социальных стереотипов и общественного мнения, он приходит к заключению, что под влиянием средств массовой информации общественное мнение приобретает форму стереотипа, что ограничивает компетенции общественного мнения. Ученый был не против включения общественного мнения в процесс принятия решений, однако считал, что средний гражданин неспособен критически оценивать и воспринимать информацию [7, с. 267]. Взаимообусловленность общественного мнения с социальными стереотипами отмечал также Н. Луман, который считал, что та или иная тема обсуждается общественностью благодаря стереотипам, затем в обществе формируются устойчивые точки зрения в форме общественного мнения [32, с. 113].

По мнению французского философа П. Бурдье, общественного мнения не существует в том смысле, что посредством социологических опросов выявить реальное состояние общественного мнения невозможно. «Нет ничего более неадекватного, чем выражать состояние общественного мнения через процентное отношение», – писал П. Бурдье [33, с. 120].

В рамках нашего диссертационного исследования интерес представляет теория немецкого ученого Э. Ноэль-Ноймана «спираль молчания»: мнение индивида подавляется, если оно противоречит взглядам социального большинства. При отсутствии у индивида собственного мнения по тем или иным вопросам он вынужден присоединиться к мнению большинства [34].

Заслуживает внимание точка зрения философа постмодерниста Ж. Бодрийяра, по мнению которого общественное мнение есть не что иное, как симулякр, которое объективно не существует, а представляет собой часть гиперреальности. «Зеркало общественного мнения по-своему подобно зеркалу валового национального продукта – мнимому зеркалу производительных сил, независимо от их общественной полезности или антиполезности, главное, чтобы «это» воспроизводилось – это то же самое в общественном мнении, что главное, чтобы оно постоянно дублировалось своим отражением, это то же самое» [35, с. 17].

Следует признать, что в современном гуманитарном знании нет целостной теоретической концепции или модели, которая бы объяснила в комплексе такое явление, как общественное мнение. Зачастую это связано с тем, что в понятие «общественное мнение» исследователи вкладывают различные смыслы и по-разному интерпретируют.

Рассмотрим четыре научных подхода к интерпретации общественного мнения. Первый подход – эмпирический, основанием которого является прикладная социология. Исследователи в рамках данного подхода используют социологический инструментарий при изучении изменений в общественной жизни, выявления актуальных трендов развития общества. Однако данный подход не позволяет раскрыть суть анализируемого объекта, так как ориентирован на учет внешних проявлений общественного сознания.

Психологический подход является следующим в изучении общественного мнения. В становлении данного подхода большую роль сыграли ученые: Г. Лебон, Г. Тард, Л.Н. Войтоловский, В.М. Бехтерева. В концепциях вышеуказанных ученых сформулирован общий тезис: человек теряет полностью или частично свое «Я», так как принадлежит к какому-либо классу или группе являясь элементом определенной социальной общности, которая в свою очередь подчиняет поведение индивида общим законам функционирования данной общности.

Массы как социальная общность отличается от других социальных объединений людей, таких как: группа, коллектив, класс, слой тем, что в массах между ее представителями нет никаких социальных различий. По формулировке Г. Лебона, «толпа академиков равна толпе черни» [6, с. 192]. Главным фактором общественных процессов ученый считал поведение толпы, которая носит, как правило, разрушительный характер, так как основывается не на разуме, а на эмоциях.

По мнению Г. Тарда, психическая энергия масс нейтрализует «рационально-логические элементы субъективной реальности индивида. Вследствие этого индивид, включенный в массу, попадает под влияние механизма коллективного внушения» [5, с. 170].

Следует отметить, что психологические концепции чрезмерно большое внимание уделяют эмоциональным факторам развития массовых общностей, оставляя без должного внимания рациональные причины функционирования социальных общностей. То есть общественное мнение рассматривается как одно из массовых психологических явлений, основывающихся на коллективной психологии.

Известный французский ученый Э. Дюркгейм в своей концепции коллективного сознания смог объединить социологический и психологический подходы при исследовании общественного мнения. По мнению Э. Дюркгейма, «коллективное сознание» есть метод общественной коммуникации, которая является причиной развития социума в контексте исторического развития. Коллективное сознание «связывает между собой следующие друг за другом поколения… оно нечто совершенно иное, чем частные сознания, хотя и осуществляется только в индивидах» [36. с. 281]. Таким образом, общественное мнение проявляясь в коллективном сознании существует как объективная реальность и обусловлена необходимостью существования индивида в обществе и объединяет, направляет индивидуальное сознание. Однако в учении Э. Дюркгейма общество предстает как объективная и идеальная реальность, двойственное понимание общества не позволяет использовать данный метод в качестве базового при рассмотрении общественного мнения как явления.

Четвертый подход в анализе общественного мнения носит название «деятельностный». Объектом исследования является поведение индивидов – идеологов общественного мнения, взаимодействие массового сознания с объективной социальной реальностью, проявление общественного мнения в обществе. Ярким представителем науки, применившим данный подход при исследовании общественного мнения, является советский философ М.К. Мамардашвили, который ввел в научный оборот термин «превращенная форма». Необходимо отметить, что ученый в своих трудах не использовал понятие «общественное мнение», заменив его понятием «рационализированные формы общественного сознания». По мнению ученого, ведущим источником субъективности человека является общественное бытие и человек является носителем общественного сознания, сформированного объективной реальностью общественного бытия [37, с. 213].

Следует признать, что благодаря деятельностному подходу можно определить противоречия функционирования общественного мнения, рассмотреть это явление как целостную систему, влияющую на общественные отношения. Таким образом, возникает системно-деятельностное видение общественного мнения, характеризующееся целостностью, структурой, целесообразностью. То есть общественное мнение есть система, представляющая результат взаимодействия различных мнений, проявляющаяся в деятельности носителей общественного мнения – индивидов.

Российский исследователь А.С. Вакуленко выделил в структуре общественного мнения следующие компоненты: рациональный, который возникает на основе информации о событиях окружающей действительности, эмоциональный, выступающий как переживание событий общественной реальности. Благодаря взаимодействию рационального и эмоционального компонентов общественного мнения рождается социальная оценка, принимающая форму общественного суждения. Волевой компонент в структуре общественного мнения обуславливает переход от суждений к действию. Проявления общественной воли в историческом аспекте конвертировали революционную ситуацию в социальную революцию. Следовательно, общественное мнение приобретает активный характер в процессе превращения из духовного феномена в духовно-практическое явление. Ученым была разработана классификация функций общественного мнения, которая приводится в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация функций общественного мнения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Этап функции социодинамики** | **Функции общественного мнения** | **Содержание** | **Направленность функции** |
| Стабильная система | Поддержание стабильности | Уменьшение энтропии в социальной системе, отрицательная обратная связь | Конструктивная |
| Нарастание флуктуаций в системе | Консолидация флуктуаций | Катализация энтропии в социальной системе, положительная обратная связь | Деструктивная |
| Дестабилизация системы | Провоцирование неустойчивости | Усиление положительной обратной связи | Деструктивная |
| Точка бифуркации | Самоорганизация социума | Создание упорядоченных структурных образований-возможных вариантов развития системы (фракталов) и выявление наиболее адекватного из них | Конструктивная |
| Борьба фракталов и образование | Формирование фттрактора | Создание «прообраза» | Конструктивная |
| Новое состояние системы | Конструирование социальной действительности | Регулирование нового состояния общественной системы и поддержание стабильности | Конструктивная |

Примечание: составлено по источнику [39, с. 32]

В таблице 1 показано, что на каждом из этапов развития социальной системы общественное мнение проявляет субъектность, заключающуюся в конкретных функциях, тем самым воздействуя на социальный и исторический процесс. А.С. Вакуленко использует системно-деятельностный подход при анализе общественного мнения. Интерес представляют перечисленные ученым критерии, когда мнение переходит в статус общественного:

1) общественное мнение – это всегда публичное мнение, имеет широкую огласку;

2) мнение по определенным вопросам, свойственное большой части социума является общественным, то есть должно выражать позицию большинства;

3) общественное мнение должно быть динамичным, то есть быть актуальным и затрагивать важные стороны общественного бытия;

4) общественное мнение предполагает дискуссионность мнения, так как по одному и тому же вопросу существуют различные позиции, видения общественной жизни [39, с. 32].

С точки зрения политолога К.Ж. Нугмановой: «Общественное мнение, являясь совокупностью суждений, оценок и мнений, различных социальных слоев и групп населения, выступает важным фактором совершенствования демократии. Формирование нового общественного мнения в условиях демократизации есть результат соотнесения определенного события с интересами той или иной социальной группы, партий, движения, общества в целом. Чтобы успешно решать задачи, вытекающие из хода демократических процессов, необходимо четко прислушиваться к голосу масс, изучать, формировать и использовать силу общественного мнения и социальные связи с общественностью» [22, с. 43].

Проанализируем основные теоретические концепции в исследовании элементов общественного мнения – его объект и субъект. Массовые социальные общности в качестве субъекта общественного мнения начали рассматриваться учеными со второй половины XIX веков и первой половины XX века, так как данный исторический период характеризуется ростом общественной активности и возникновением различных социальных движений. Так, исследователь Г. Блумер в своей работе «Коллективное поведение» считал, что членами социальной массы могут быть представители различных социальных, культурных групп и слоев населения, критерием их объединения является интерес [40, с. 110].

Габриэль Тард был одним из первых ученых, который переосмыслил субъект общественного мнения, отойдя от масс и сфокусировавшись на понятии «общественность». Согласно его взгляду, общественность – это группа людей, объединенных общей проблемой, которые публично обсуждают и предлагают схожие решения для данной проблемы. Так как та или иная актуальная проблема находится в публичной плоскости, активно дискутируется между противоборствующими социальными общностями, по мнению Г. Тарда, манипуляция общественным мнением становится неизбежным [5, с. 53].

Необходимость рассматривать в качестве субъекта активную и пассивную общественность предлагал немецкий исследователь Р. Дарендорф. Он считал, что политический и общественный контроль есть главная функция активной общественности, которая производит общественное мнение, является своего рода политической элитой, а конкуренция элит есть гарантия развития демократии. В функции пассивной общественности входит реализация решений активной общественности [41, с. 102].

Немецкий ученый Ю. Хабермас широкой общественности отводил ограниченную роль в политике, так как политический процесс осуществляют реальные субъекты политики, а именно государство, государственные органы, политические партии, общественные организации [42, с. 99].

Российский ученый Б. Грушин в конце 80-х годов XX века предложил концепцию о 2-х смыслах понятия «общественное мнение: с одной стороны, общественное мнение есть состояние сознания, то есть совокупное суждение различных социальных общностей по тем или иным событиям и явлениям, с другой стороны, общественное мнение есть политический институт, включенный в процесс принятия решений. Также по мнению ученого, сложность феномена общественного мнения заключается в том, что субъектом ее может быть, как большинство, так и меньшинство общества, в частности различные социальные группы [43, с. 3].

Таким образом, проанализировав зарубежные концепции субъекта общественного мнения мы приходим к выводу, что общественность существует ограниченный период времени и как таковой широкой общественности не существует, так как общественность возникает только при наличии актуальной проблемы, которая на время объединяет те или иные социальные общности.

Относительно объекта общественного мнения большинство исследователей придерживаются следующих положений. Во-первых, общественное мнение классифицируют на факты, процессы и события. Во- вторых, объекты общественного мнения представляет собой явления объективной действительности и процессы действительности субъективной, в частности к ним относятся ценности, суждения, оценки и другие. Основанием для возникновения общественного мнения является общественный интерес, носителями которого выступают социальные субъекты. Безусловно, общественное мнение при определенных условиях может выступать в качестве трансформации социума и оказывать влияние на поведение социальных общностей и отдельных индивидов.

Формирование общественного мнения проходит следующие этапы: первый – зарождение индивидуальных мнений по какой-либо актуальной проблеме и выработка индивидами оценочных суждений; второй этап – обмен мнениями, возникновение коллективных мнений, зачастую противоборствующих, на основе которых формируется общественное мнение с увеличением числа носителей данного мнения. Третий этап – переход общественного мнения к практическому влиянию на поведение людей и состояние дел, когда оно реализуется в конкретных действиях.

При формировании общественного мнения используются следующие инструменты: внушение – механизм, который эффективен на незрелых, плохо информированных аудиториях. Подражание – копирование, следование мнению или поведению человека, выбранного в качестве объекта подражания.

Обращение к авторитету также является способом формирования общественного мнения. С хорошо подготовленными людьми используется такой способ, как убеждение.

По поводу общественного мнения также есть различные точки зрения. Первая точка зрения: общественное мнение существует, и главная задача научного сообщества – его выявить. Вторая точка зрения: интересы и ценности социальной группы – это и есть общественное мнение. Выявление данного общественного мнения возможно и без участия научного сообщества, так как она формируется на уровне групп, общественных организаций и ассоциаций. Третья точка зрения: зачастую общественного мнения по каким-либо вопросам еще нет или оно не осознано обществом, поэтому необходимо формировать общественное мнение в зависимости от конкретной ситуации. Четвертая точка зрения: общественное мнение – это результат продуманной и спланированной PR-компании, результат политических технологий («средства массовой информации формируют реальность»). Именно поэтому по отношению к общественному мнению возможны различные подходы, начиная от выявления общественного мнения, как объективно существующего, затем – конструирование и формирование общественного мнения, ценностей общества и наконец – манипулирование, где важен не процесс, а результат. Именно последний подход является самым опасным (зачастую цели бывают не в пользу общества), в рамках данного подхода самое главное – это достичь заданной цели при помощи формирования общественного мнения.

Обобщая рассмотренное выше, приходим к выводу, что общественное мнение – это социально-психологический феномен:

– имеющий системную природу;

– формирующийся как стихийно, так и намеренно;

– затрагивающий важные для множества людей аспекты;

– проявляющийся как отражение мнений, бытующих в обществе или определенной его страте, через действия и/или высказывания индивидов как отдельных представителей общества;

– оказывающий влияние на общество в целом и на отдельных его представителей или их группы и, в связи с этим – обладающий трансформационным потенциалом.

* 1. Политическое управление как процесс информационно- коммуникативного регулирования общественных отношений и социальная роль общественного мнения

В данном параграфе анализируются механизмы взаимодействия общественного мнения и властных структур, влияние общественного мнения на функционирование социальных систем, а также вопросы управления общественным мнением с помощью политических и информационно- коммуникативных технологий.

Российский ученый Д.П. Гавра ввел в научный оборот понятие «режим взаимодействия власти и общественного мнения», которое в целом характеризует участие общественного мнения в политической жизни и управлением страной. Оценить этот процесс с привязкой к конкретному историческому периоду и отнести его к тому или иному типу политического режима позволяют следующие критерии:

1) демократичность избирательных законов (включенность или невключенность тех или иных групп граждан в число субъектов общественного мнения, допуск всех или только избранных граждан к политико-управленческим функциям);

2) законодательное закрепление учета общественного мнения, участия общества в принятии решений на уровне государства (референдумы и т.п.);

3) свобода выражения мнений и наличие для этого различных каналов (публичные мероприятия, средства массовой информации, социальные сети и т.д.).

4) роль общественности во взаимодействии с властью – полноправный субъект дискуссии и т.д.;

5) частота обращения власти к общественному мнению (как часто, по каким вопросам и в какой мере власть рассматривает общественное мнение и учитывает его при принятии решений);

6) степень включения оценок и реакций общественного мнения в управленческие решения – насколько она высока и насколько достигается равноправие между общественным мнением и властью;

7) наличие методологических, организационных аппаратов изучения и анализа общественного мнения [31, с. 53–54].

Существует традиционный анализ соотношения общественного мнения и властных структур, когда за основу анализа берут дихотомические модели, противопоставляющие демократический политический режим недемократическим политическим режимам. Следует отметить, что согласно системе критериев Д.П. Гавра, можно проанализировать конкретную ситуацию взаимодействия власти и общественности, а также классифицировать режимы данного взаимодействия (таблица 2).

Таблица 2 – Сводная критериальная матрица режимов взаимодействия общественного мнения и власти

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Режим** | **1**  **критерий** | **2**  **критерий** | **3**  **критерий** | **4**  **критерий** | **5**  **критерий** | **6**  **критерий** | **7**  **критерий** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Подавление  Обществен  ного мнения | Нет  (жестко не выполняется) | Нет  (жестко не выполняется) | Нет | В явном виде дискуссий нет.  Давление власти | нет | Нет | Нет |
| Игнорирование  Обществен  ного  мнения | Нет  (мягко не  Выполняется) | Нет  (мягко не  Выполняется) | Есть | Нет | Нет  (минимально) | Нет  (минимально) | Есть |
| Патернализм власти по отношению  К общественному мнению | Как правило  есть | Есть  (скорее есть) | Есть  Но  Ограни-ченно | Есть, но  Имеет место  Давление со  Стороны власти | Есть,  но ограничено по ореалу | Есть  (в малой степени) | Есть  (в широком, но ограниченном объеме) |
| Сотрудничество власти  И общественного мнения | Есть | Есть | Есть | Есть  (равно  правно) | Есть  (ареал  В пределах  Компе-  тентности) | Присутствует  Максимально  (в пределах  Компе-  Тентности) | Есть |
| Режим давления общественного мнения на власть | Есть | Есть | Есть | Есть, но  Имеет место  Давление со  Стороны власти | Есть  (Инициатива и от власти и от обществен-ного  Мнения, ареал выходит за пределы компе-  тентности | Присутствует  Максимально  (в пределах  Компе-  Тентности) | Есть |
| Диктатура общественного мнения | Есть | Есть | Есть  (свобода перерастает во все дозволен  ность | Нет  (присутсвует давление обществен-  ного мнения на власть) | Нет  Обращений власти к обществен-  ному мнению | Присутствует  Максимально  Но резко выходит за пределы  компе-  тентности) | Есть в  Излишнем  количестве |

Примечание: составлено по источнику [31, с. 75]

Анализ таблицы 2 показывает, что в системах авторитарных и тоталитарных общественное мнение подавляется, игнорируется, ограничивается исключительно бытовой сферой и никак не влияет на решения власти. Менее категоричны, но тем нем менее неравноправны отношения власти и общественного мнения там, где действуют патерналистские режимы, при которых общественное мнение, хотя и является субъектом политики, однако де-факто подконтрольно власти, ограничено в выражении оценочных и ценностных суждений. Наиболее гармонично взаимодействие власти и общественного мнения при режиме демократии, который обеспечивает соблюдение всех семи рассмотренных выше критериев. Наконец, режим диктатуры общественного мнения на практике редко встречается. В нем агрессивные народные массы манипулируют властными структурами вплоть до полной потери последними способности к эффективному управлению. Наиболее вероятным сценарием развития ситуации в данном случае становится устранение прежней власти.

На наш взгляд, режим взаимодействия власти и общественного мнения хорошо раскрывается «термостатической моделью», предложенной канадскими исследователями Стюартом Сорока и Кристофером Влезъен. В представительной демократии взаимодействие между государством и обществом реализовывается с одной стороны, в форме политического представительства, с другой в виде реакции общественности на государственную политику. Исследователи отмечают, что в Канаде наблюдается устойчивый рост недовольства правительствами и лидерами со стороны граждан. Для минимизации проявлений недовольства общественности, ученые предлагают «термостатическую модель» взаимодействия общества и государства, при которой учитываются общественные мнения при принятии государственных решений. Суть ее проста: согласно требованиям общественности по тем или иным вопросам, будь то затраты на здравоохранение или сокращения расходов, государство должно принимать соответствующие меры. В этой модели общественность выступает как термостат. Следуя термостатической метафоре, отклонение от предпочтительной температуры политики, которая сама по себе может изменяться с течением времени, создает сигнал для соответствующей корректировки политики, и, как только он достаточно скорректирован, сигнал прекращается. Когда «температура политики» слишком низка, общественность требует больше политики, в случае, когда «температура политики» слишком высока, общественность требует ее уменьшения [44]. Таким образом, в термостатической модели Сорока и Влезьена относительные общественные предпочтения зависят от запросов общества.

Обратимся к рассмотрению вопросов управления общественным мнением с помощью политических и информационно-коммуникативных технологий. По мнению российского ученого Ю. Левада: «Жизнь общества – это, прежде всего функционирование, изменение, развитие определенных систем социальных отношений, в которых индивиды, группы, институты и т.д. не только взаимодействуют друг с другом, но выступают как элементы некоторого целого.

Существенную сторону этой деятельности составляют многообразные процессы управления. Сознательные действия людей и групп, если подходить к ним под углом зрения их общественного значения, можно рассматривать как одну из форм (или как ряд форм) управления социальными процессами» [45, с. 201].

На наш взгляд, одной из главных задач государственной власти является управление общественным мнением. Чтобы минимизировать общественные изменения от влияния других политических акторов государству целесообразно вести целенаправленную и скоординированную деятельность по формированию общественного мнения. Целью данной деятельности является легитимация политических решений государства.

По мере развития технологий средства массовой информации оказывают наибольшее влияние на формирование общественного мнения. Как известно, средства массовой информации – это совокупность современных каналов связи (телевидение, пресса, кино, видео, радиовещание, интернет и другие). Через них распространяется различная информация. Средства массовой информации, формирующие общественное мнение, с одной стороны, накапливают миллионы впечатлений и воли, а с другой влияют не только на сознание, но и на поведение людей и групповое поведение.

Несомненно, политическое управление все более информатизируется, повысившиеся шансы перестройки социального сознания существенно ограничивают круг проблем, стоящих перед государством. Закономерно, что объектом подобного управления выступает сознание общественных субъектов, в качестве которых можно рассматривать отдельных индивидов, социальные группы и все население в целом. Примечательно, что на современном этапе государство может усилить свои позиции, если рационально будет использовать информацию, так как она сегодня стала важным стратегическим ресурсом. Информация может быть, как катализатором обострения кризисных явлений, так и стабилизирующим фактором.

Управление общественным мнением осуществляется посредством применения политических технологий, являющиеся инструментом управления политическим процессом. Сегодня перед политической наукой выдвинута научная и практическая задача – раскрыть закономерности, условия и факторы восприятия, усвоения, переосмысления людьми получаемой информации и выработки ими своих диспозиций, мнений, установок и мотивов поведения.

По мнению некоторых авторов, «политические технологии существуют в нескольких видах:

– разработка и принятие определенных политических проектов и решений;

– реализация политических решений;

– технологии формирования политической власти;

– электоральные/избирательные технологии;

– технологии формирования общественной мысли;

– технологии согласования общественных интересов;

– технологии организации деятельности политических партий, организаций, объединений;

– технологии формирования гражданского сознания, политической культуры;

– технологии решения политических конфликтов и т.п.» [46, с. 4]. Полагаем целесообразным добавить к этому перечню также следующее:

– технологии создания эмоционального восприятия, формирования чувственно-психологического фона;

– технологии создания позитивного или отрицательного имиджа личности, группы, события.

Остановимся на термине «политические технологии», который широко используется в современных гуманитарных науках, политологической литературе и публицистике. В самых широких кругах при обсуждении политических тем термин «политические технологии» имеет несколько негативный характер и ассоциируется в сознании граждан с приемами психологической манипуляции.

Понятие «политические технологии» обычно трактуется как совокупность методов подготовки, организации и проведения политических кампаний. Такой универсализм не может быть принят ввиду сложности этого феномена, поэтому понятие «политические технологии» может быть разделено на две составляющие его направленности:

1) информационно-психологическая;

2) организационно-управленческая, сосредоточенная на достижении поставленной цели.

Под политическими технологиями понимаются технологии воздействия на психику, а значит, границы этого термина раздвигаются гораздо шире – до уровня социальной психологии, социальной информациологии и социального психоанализа.

Таким образом, эффективный политический менеджмент состоит из технологий политической деятельности, так как последние дают определенную гарантию рационализации, предсказуемости, управляемости политического процесса, желаемого результата политической деятельности. Данные технологии помогают согласовывать интересы при выработке государственных программ, принятии политических решений, привлечении инвестиций и т.д.

Политические технологии являются прежде всего средством реализации власти на различных уровнях: среди руководителей местных органов власти, во взаимодействии с обществом, СМИ и вышестоящими руководителями. Область применения политических технологий в политике охватывает широкий спектр деятельности. Это приводит к разработке множества политических методик, направленных на контроль, завоевание и сохранение политической власти, а также на воздействие на мнения и сознание общества [47, с.178-179].

Безусловно, адекватная технологичность управления в политике, обусловленная характером политического процесса, охватывающего разнообразные виды социально-политической деятельности в пределах конкретной политической системы, а также овладение технологиями дают возможность повысить уровень и результативность политической деятельности, оказывая содействие целенаправленному влиянию на развитие ситуации в стране.

Политическим процессам присущи: высокая неопределенность, сложность и динамичность объекта управления. Например, с точки зрения управления выделяются следующие функции: регулирующая, экстракционная (мобилизация ресурсов), дистрибутивная (распределение ресурсов), символизирующая (формирование убеждений, установок, взглядов и мифов) [48, с. 72].

Понимая политическое управление как особую форму управленческой деятельности, необходимо отметить важное ее предназначение в вопросах регулирования политического процесса, координации и согласования интересов разных социальных слоев общества. Все эти перечисленные задачи не могут быть успешно решены и претворены в жизнь без четкого технологического сопровождения, а иначе говоря, эффективного политического менеджмента.

На основании анализа можно заключить, что политические технологии представляют собой сложный процесс, включающий в себя последовательное применение приемов и процедур как совокупность оптимальных средств и мер для достижения субъектом определенной цели в конкретном пространственно-временном общественно-политическом измерении.

Таким образом, при правильной реализации политические технологии способствуют:

– установлению доверительных отношений между обществом и властью;

– укреплению доверия к власти;

– сокращению непредсказуемости взаимодействий в политической сфере;

– контролю негативных социальных проявлений и протестной активности;

– приданию устойчивости отношениям в рамках конкретного политического процесса. [47, с. 188].

Основные задачи, связанные с политическими технологиями в политическом процессе, состоят в повышении рейтинга и укреплении государственной власти и политического деятеля; создание позитивного имиджа государственных институтов, в том числе и политических партий; формирование у населения электоральных предпочтений; влияние на политических оппонентов; лоббирование интересов; мобилизация масс и создание необходимого общественного мнения и т.д. Поскольку особенностью политтехнологий является информационное влияние, в частности влияние на мотивацию, формирование убеждений и установок, а также внедрение новых ценностных ориентаций, огромное значение имеют вопросы наполнения информационных потоков, создания качественной информационной продукции, определения электората или же аудитории, на которую решено воздействовать.

Рассмотрим последовательность этапов реализации необходимого информационного воздействия, вытекающих один из другого при взаимодействии субъектов политического процесса.

1- этап. Условие, при котором происходит неизбежный контакт с появившейся и неизбежной проблемой (низкие рейтинги, пошатнувшийся имидж, часто появляющаяся в СМИ информация негативного характера, жалобы, заявления и слухи).

2- этап (исследовательский). На этом этапе происходит мониторинг СМИ, контент-анализ, осмысливание ситуации, замер общественного мнения, выявление причин и факторов, способствующих негативному росту, определение аудитории и источников негатива (заказчиков, исполнителей и т.д.). 3-этап (производственный). На основании проведенных эмпирических исследований проводится аналитическая работа, на базе которой строится действенный план, включающая информационные сообщения в соответствии с целями и задачами корректировки имиджа, изменения общественного мнения, послабления и контрактуализация слухов. Иначе говоря, придают информационной продукции нужное содержание, правильную знаковую форму, тем самым создавая сообщение, способное повлиять на общественное мнение, выбор людей и их мыслительный процесс.

4- этап (подача). На этом этапе в соответствии с принятой информационной стратегией происходит своевременная передача информации и при помощи детерминированной системы аудиовизуальных технических средств. К этому также относятся процедуры, связанные с упорядочением информации, правильной ее подачи для аудитории, формированием массивов, предназначенных для последующей сегментации.

5- этап. Эта фаза начинается спустя некоторое время, которое считается достаточным для артикуляции сообщений, активного включения психологических механизмов с процессом изменения императивов в системе установок и ориентаций. Свое воздействие на сознание объекта информация может продолжать в течение длительного времени, поэтому необходимо просчитать время, которое может быть достаточным для исчерпывания возможностей первой волны информационной кампании, по истечению которой проводится второй этап исследования и диагностирования ситуации. Чаще всего на основании результатов социологических срезов осуществляется частичная корректировка информационной продукции, а также способы и средства ее передачи [47, с.191].

СМИ стали не только донесением информации, но и создали платформу прямого воздействия на управление людьми, на их психику, стали рычагом воздействия на принятие решений. Средства массовой информации становятся механизмом манипулирования, изменяют отношение, модели поведения и восприятие реальности людьми. Они могут стоять на защите представителей власти или оппозиции и освещать событие с выгодной стороны для той или иной партии. Установки – развивающиеся под влиянием пропаганды, воспитания, опыта, это относительно не меняющиеся знания, мотивы и чувства, обуславливающиеся соответствующее отношение человека к идеологическим, политическим и социальным явлениям существующей действительности [24, с.18].

Следует отметить, что социальные сети одновременно стали средой для дезинформации. На пространстве Интернета не проверенная информация, запускаемая в оборот, превращается в фальсификацию. Во время избирательного процесса на разных уровнях средства массовой информации становятся рычагом манипулирования в руках властей. Политики стараются поддерживать свой позитивный имидж, показывать себя с лучшей стороны, а иногда и дискредитировать своих оппонентов. Средства массовой информации – это самый обширный, масштабный и эффективный способ формирования необходимого имиджа политика.

На сегодняшний день социальные сети стали рассматриваться, как база данных потенциальных респондентов и клиентов. Существует метод Social Network Analysis, который выявляет связь между пользователями. 68 лайков достаточно для того, чтобы выявить предпочтения пользователя, его сексуальную ориентацию, интересы и составить общественно-политический портрет. Данная технология активно используется в государственном управлении. Выборы в США и Brexit являются одним из ярких тому показателей. Представители Cambridge Analytica утверждали, что у них есть методики, с помощью которых они могут манипулировать общественным мнением: «Мы можем совместить полученные даты с идентификационными файлами с тем, чтобы направить им агитационные материалы по социальным сетям или на цифровые носители. Или же мы можем сравнить данные с историей просмотра телевизионных передач, чтобы лучше понять их интересы. В этом случае они будут получать наши послания во время просмотра этих передач» [49].

Также в интересах обеспечения стабильности политической системы происходит формирование государством общественного мнения при посредстве СМИ, в которых создается положительный образ власти, что повышает ее легитимность и тем самым снижает уровень энтропии политической системы. Во избежание дестабилизации обстановки в стране, неизбежной при возникновении социальных противоречий, крупные социальные общности (в особенности государство) заинтересованы в оказании влияния на общественное мнение. При этом, поскольку носители общественного мнения оказывают противодействие воздействиям субъектам влияния, последние будут иметь это влияние в том случае, если информация качественная и они уверены в данном мнении.

Одним из инструментов удержания власти государственными органами является стабильный и управляемый имидж. Можно выделить следующие функции политического имиджа:

– позитивный политический имидж делает привлекательным актора в глазах целевой аудитории и является одним из важных ресурсов «мягкой силы» политического актора;

– способствует повышению в различных сегментах (в сфере экономики, образования и т.д.) конкурентоспособность актора;

– повышает репутационный вес актора в системе международных отношений;

– является инструментом легитимации политической власти и лоялизации целевых аудитории: обладающая позитивным имиджем политическая элита государства способна легче донести до населения необходимость принятия непопулярных решений;

– в перегруженной информационной среде мнению актора, обладающего позитивным имиджем и развитой системой коммуникации, будет отдаваться приоритет;

– для преодоления внутреннего и внешнего кризиса позитивный имидж является необходимым условием [50, с.221-222].

Таким образом, для сохранения конкурентоспособности политический актор должен проводить целенаправленную имиджевую политику. Для того чтобы реализовать имиджевую политику в условиях политической коммуникации государству необходимо активно присутствовать в интернет-пространстве посредством использования традиционных и новых информационно-коммуникативных технологий. К традиционным относятся интернет СМИ, к новым – тлоги, блоги и социальные сети. Для создания платформ взаимодействия с населением большинство государств развивают электронное правительство. Увеличение и совершенствование сайтов органов государственной власти имеет своей целью обеспечение позитивного общественного мнения граждан о государстве в целом. Однако для организации диалога с населением, активизации оперативной обратной связи социальные медиа более эффективны, чем сайты государственных органов. На современном этапе в общественной политической жизни общества социальные сети и блоги обладают более высоким имиджевым потенциалом.

Существуют два направления в деятельности по созданию позитивного имиджа государственных органов: организационное и инструментальное. В первое направление входят следующие действия:

– разработка государственными органами стратегии имиджевой политики, включающая критерии оценки работы и основные направления деятельности государственных органов по созданию положительного имиджа;

– подготовка и обучение государственных служащих по имиджевому сопровождению работы государственных органов в интернет-пространстве, также обязательное знание технологий имиджмейкинга и формирование навыков мониторинга общественного мнения;

– присутствие государственных органов в интернет-пространстве посредством создания государственных интернет СМИ и информационных агентств;

– проведение качественного анализа интернет-ресурсов государственных органов путем разработки и внедрения специального программного обеспечения [51, с. 202].

Рассмотрим инструментальное направление в деятельности по созданию позитивного имиджа государственных органов. В частности, данное направление включает следующие мероприятия:

– установление на равноправной партнерской основе коммуникации со средствами массовой информации; предоставление им качественной и точной информации, объяснение позиции государственных органов, формирование повестки дня;

– проведение качественной работы на сайтах государственных органов: мониторинг посещаемости сайтов, расширение спектра государственных услуг, проведение мониторинга общественного мнения через экспресс-опросы, интернет-голосования, участие в форумах. К основным критериям профессионального подхода в работе сайтов государственных органов относятся: качественный контент, привлекательный дизайн, доступность, хорошая навигация и налаженная обратная связь;

– работа с социальными сетями и блогами. Социальные медиа предоставляют большие возможности для взаимодействия на общественное мнение. Через социальные сети можно проводить мониторинг общественного настроения, реализовывать рекламные проекты, дублировать фрагменты официального сайта, создавать групповое общение, обсуждать проблемы взаимодействия государственных структур с гражданским обществом, размещать информацию идеологического характера и прочее [52, с. 204].

Следует отметить, что социальные медиа предоставляют стратегическую возможность для формирования положительного имиджа государственных органов. Однако, чтобы эффективно использовать эту возможность властным структурам необходимо не только присутствовать в интернет-пространстве, но и быть активными пользователями сайтов и социальных сетей, снабжая свои аккаунты достоверной и качественной информацией. Таким образом, для защиты национального информационного пространства, для легитимации власти и формирования позитивного имиджа информационно-коммуникативные технологии становятся важным инструментом для государства и его органов.

Обобщая вышеуказанное, мы приходим к выводу, что эффективность деятельности государственных органов и укрепление диалога с населением зависит от развития информационных технологий и правильного использования политических технологий. Политические технологии – это квинтэссенция информационно-психологического творчества, интегрирующего самые разнообразные методы, средства и новейшие достижения по управлению общественным мнением и общественным сознанием.

* 1. Основные концепции воздействия на общественное мнение

В данном параграфе приведен обзор концептуальных подходов к изучению роли медиа коммуникации в формировании общественного мнения, проанализированы механизмы влияния средств массовой информации на общественное сознание и также рассмотрена специфика взаимодействия государства, общества и масс-медиа.

Роль социальных сетей возрастает в повышении административной прозрачности и укреплении взаимодействия между гражданами и государственными учреждениями. Взаимодействие между гражданами и государственными органами, а также между самими гражданами облегчает обсуждение социальных и политических вопросов и позитивно влияет на интересы граждан в политическом процессе, в частности, на выборы, при определении политических повесток дня, а также их осуществление.

Российский исследователь О. Малинова рассматривает концепции воздействия на общественное мнение через призму эволюционного изменения моделей публичной политики [52, с. 204]. В частности, автор пишет о «качественной» и «количественной» моделях общественного мнения:

«Возможно, ни «качественная» модель, ни «количественная» модель не должны быть абсолютизированы. Современное «общественное мнение» фактически формируется в пространстве множества фрагментированных дискурсов и не является автоматическим рычагом постановки целей и критической оценки. Но это не значит, что общественное мнение вообще не может выполнять эти функции. Возможно, способ преодолеть фрагментацию состоит в том, чтобы установить «мост» между разрозненными коммуникационными платформами, где на самом деле происходят социально-политические дискуссии. Выполнение этой задачи требует очень сознательных и целенаправленных усилий со стороны организации, которая претендует на центральное место в государственной политике» [52, с. 204].

Как одну из концепций воздействия на общественное мнение, следует отметить «Теорию ограниченных эффектов», выстроенную на базе американских исследований по вопросам массовых коммуникаций и оказываемого ими воздействия, а также о роли межличностного взаимодействия. В частности, неоднозначность влияния средств коммуникации на аудиторию объясняется влиянием социальной среды, демографических и социально- психологических ограничительных факторов. Средства коммуникации могут не оказывать прямого влияния на сознание людей, поскольку они понимают сообщения на основе устоявшихся взглядов и представлений, а также полагаются непосредственное окружение. Сообщения в средствах массовой информации в значительной степени усиливают идеи, которые люди уже разделяют. Гораздо большее влияние на людей оказывают личности, с которыми они общаются и достаточно авторитетны для них, так называемые лидеры общественного мнения.

Заложил основы теории ограниченных эффектов американский ученый П. Лазарсфельд. На примере президентских выборов в США он исследовал влияние масс-медиа на общественное мнение и пришел к выводу, что масс-медиа только укрепляют в избирателях уверенность в правильности уже сделанного выбора. Суть теории ограниченных эффектов состоит в следующем: во-первых, есть лидеры мнения на всех уровнях общества; во-вторых, так как лидеры мнения из разных социальных слоев общества медиа-сообщения интерпретируется ими по-разному; в-третьих, источник сообщений, чтобы медиа достигли различных аудиторий, модифицирует сообщения с учетом конкретных групп. Таким образом согласно вышеуказанной теории на мнения людей большее влияние оказывают лидеры мнения, чем средства массовой коммуникации [53, с. 14].

Американские исследователи провели анализ профилей собственников аккаунтов в Твиттере и пришли к заключению, что в Твиттере на общественное мнение влияние оказывают эксперты и хорошо зарекомендовавшие себя организации. То есть они и есть лидеры мнений [54].

Механизм влияния средств массовой информации на общественное сознание, специфику взаимодействия государства, общества и масс-медиа можно рассмотреть посредством западных теоретических подходов: теории установления повестки дня и теории фрейминга. Авторами теории установления повестки дня являются американские исследователи Максвелл Маккоумз и Дональд Шоу, которые в 1972 году изложили результаты своих исследований в опубликованной статье. Они выявили, что население воспринимает приоритетными те темы, к которым часто обращаются журналисты. Примерно об этом писал Уолтер Липпманн о том, что именно под влиянием прессы формируется «картины в наших головах» [7, с. 58]. Эту же идею высказал Бернард Коэн в 1963 году отмечая, что средства массовой информации хорошо навязывают людям, о чем думать по тому или иному вопросу [55, с. 205].

Заслуга Маккоумз и Шоу состояла в том, что они свою теорию смогли подтвердить эмпирическими данными. Позже повестку дня начали подразделять на два уровня: повестка дня первого уровня, информация применительно к одному событию с наибольшей представленностью. «Сюжет» с наименьшим характером представленности стали именовать атрибутивным. Таким образом, в теории установления повестки дня можно выделить следующие элементы: во-первых, внимание со стороны средств массовой информации к конкретному событию; во-вторых, эмоциональный заряд или тон информации; в – третьих, в структуре медийного выпуска место данного сообщения, то есть главный или второстепенный сюжет, последние или первые полосы и т.д. [56, с.104].

Следует отметить, что многие события общественной важности зачастую по политическим мотивам не попадают в информационные программы. Медиафактами становятся события, которые освещаются традиционными и цифровыми средствами массовой информации. Именно медиафакты оказывают влияние на индивидуальное и общественное мнения формируя их «картину мира».

Рассмотрим теорию фрейминга. Само понятие «фрейминг» в научной среде дискуссионно. В научный оборот понятие «фрейм» ввели в 1989 году американские ученые Уильям Гамсон и Андре Модильяни. По мнению ученых, фрейм – это текст, раскрывающий содержание сюжета основного текста, который содержит в себе как описание возможных способов разрешения вопроса, так и моральные суждения по рассматриваемой проблеме [57, с. 18]. То есть это конструируемая информация, которая транслируется аудитории со средствами массовой информации и обладает манипулятивным характером. Процесс формирования медийных фреймов происходит при участии государственных структур, политической элиты, лоббистских групп.

В контексте предложенной Президентом РК К.К. Токаевым идеи «слышащего государства» выделим далее меры, которые могут способствовать лоббированию интересов гражданского общества в правительстве.

1. Прямое обращение граждан в письменном виде и онлайн к Президенту РК как гаранту Конституции и последней инстанции для справедливого, по их мнению, решения проблемы. В последнее время данная тенденция принимает все больший охват.

2. Петиция и обращения (в рамках принятого в конце 2023 года закона [58]): граждане могут подавать петиции, писать обращения или отправлять электронные письма правительственным официальным лицам, чтобы выразить свои взгляды и обозначить свои проблемы. Массовые петиции с большим количеством подписей обычно привлекают больше внимания.

3. Общественные слушания и консультации: правительство может организовывать публичные слушания и консультации по выборности политиков или новым законопроектам. Граждане и группы могут принять участие в этих мероприятиях, предоставив свои отзывы и мнения непосредственно правительству.

4. Общественные организации и НПО: присоединение к общественным организациям и неправительственным организациям (НПО), занимающимся определенными вопросами, может усилить голоса граждан и привлечь внимание к определенным проблемам. Эти организации часто занимаются лоббированием и защитой интересов граждан.

5. Средства массовой информации и социальные сети: использование средств массовой информации, таких как газеты, телевидение, радио и социальные сети, помогает гражданам и группам привлечь внимание широкой аудитории к проблемам и оказать давление на принятие решения.

6. Общение с представителями власти: связь и встречи с представителями власти, являются эффективным способом донесения и обозначения своих проблем и далее их решения.

Однако, граждане могут столкнуться с игнорированием своих проблем или запросов. В таких случаях они могут использовать дополнительные методы и действия, например:

- упорство: постоянные усилия, направленные на донесение своих проблем, могут быть ключевыми. Общественное давление и настойчивость могут побудить законодателей заняться проблемами граждан;

- судебные действия: если граждане считают, что их права нарушены или правительство не исполняет своих обязанностей, они могут обратиться в суд по поводу бездействия или оспорить действия правительства в суде;

- выборы: в конституционной республике избранные представители отвечают перед народом на выборах. Граждане могут воспользоваться своим правом голоса, чтобы выбрать новых представителей, более отзывчивых к их проблемам;

- сотрудничество с медиа: публикация информации о том, как граждане игнорируются, может привлечь внимание средств массовой информации и создать общественную осведомленность, что, в свою очередь, может оказать давление на правительство.

Следует понимать, что эффективность этих методов может различаться в зависимости от конкретного политического и социального контекста каждой проблемы. Несмотря на высказывания судебных органов, участие граждан и общественное давление всегда остаются сильными факторами влияния на принятие решений правительством.

Манипуляция может быть определена как скрытое влияние, направленное на формирование ложных потребностей и мотивов для изменения поведения людей. В процессе манипуляции в сознание индивидов и сообществ внедряются желания, намерения и ценностные установки, которые не соответствуют их реальным потребностям. Манипуляция включает в себя любое воздействие, включая юридические, на отдельного человека, группу или общество, цели которого скрыты и отличаются от официально заявленных. Манипуляция успешно осуществляется в условиях общественной дезориентации, а деструктивные силы используют ее как инструмент общего подхода к государственному и правовому регулированию.

Различают эквивалентные и акцентные медийные фреймы. Эквивалентные фреймы воспринимаются публикой за счет использования журналистами фраз, которые не меняют сути рассматриваемого явления. Акцентные фреймы задерживают внимание людей на одних явлениях, описываемых журналистами, затушевывая другие аспекты. Цель достигается манипулированием той или иной информации в определенных интересах. Таким образом, посредством фрейминга информация не только преподносится, но и замалчивается. А это и есть один из действенных механизмов при помощи которого масс-медиа влияет на общественное мнение, так как они определяют ориентиры, руководствуясь которыми у людей формируется определенное мнение о рассматриваемых событиях.

В рамках нашего исследования интерес представляют теории метафорического фрейминга и его влияние на формирование политических убеждений. В данном случае метафора является инструментом формирования общественного мнения, так как сложные явления преподносятся получателю информации в терминах более конкретных и знакомых. Политические акторы используют метафорические фреймы с целью облегченного понимания сложных и абстрактных политических тем [59, с. 267].

Таким образом, мы живем в эпоху «коммуникационного изобилия». Данный термин был введен в научный оборот австралийским ученым Дж. Кином и означает использование в повседневной жизни мультимедийных инструментов в интернет-пространстве. В новых реалиях происходит демократизация информации, когда любой человек, имеющий компьютер и доступ к интернету, имеет возможность получить удаленный доступ к большому количеству информации. Благодаря социальным сетям граждане стали объединяться и действовать коллективно на общественном поле. Пользователи социальных сетей совершают политические действия, когда поднимают общественные вопросы, требующие публичного обсуждения и рассмотрения. Усиливаются коллективные действия и возможности публичного самовыражения. Возникают различные формы общественного контроля государственных структур. Ценности демократического общества, по мнению американского государственного деятеля Поттера Сюарта, может защитить только критическое и объективное общественное мнение по отношению проводимой государством внутренней и внешней политики [60, c. 70].

Проанализируем технологию хештегирования в формировании общественного мнения. В информационном обществе происходит медиатизация политики, когда идеологичность заменяется на политическую коммуникацию между государством и обществом. Российский ученый Г.Л. Акопов ввел в научный оборот понятие «сетевая политика», под которой понимаются методы интернет-коммуникаций, используемые в организации демократии, государственного управления, в манипуляции общественного мнения [61, с. 98]. Комплекс технологий конструирования медиа легитимности посредством интернета коммуникаций называют сетевой легитимностью. К элементам «сетевой легитимности» относят: технотелемедиумы, то есть форумы, блоги, интернет-порталы, сообщества социальных сетей, видеохостинги и другие; цифровые технологии: мемы, мифы, стереотипы, хештеги и другие, с помощью которых субъекты политики воздействуют на мнение людей [62, с. 28].

Политическим хештегированием называется совокупность технологий управления информационными потоками в политических целях. Хештег – это слово или ряд слов, встречающихся в интернет-пространстве, применяют с целью быстрого обнаружения интернет-поста, контента пользователями, на которых ориентирован месседж и распространения политизированных мемов. По мнению российского ученого С.В. Володенкова, технология хештегирования влияет на определенные аудитории путем создания виртуального образа политического субъекта [63]. Безусловно, хештеги могут использовать как политическая элита, так и их оппоненты, нацеленные на дестабилизацию существующего политического режима.

Хэштеги стали неотъемлемой частью общения в социальных сетях, включая дискуссии на политические темы. Они позволяют пользователям классифицировать и искать контент, связанный с конкретными проблемами, событиями или политическими движениями. Политически значимые хэштеги могут помочь мобилизовать поддержку, повысить осведомленность населения и облегчить распространение информации в обществе. Платформы социальных сетей стали влиятельным пространством для политического дискурса, где политические лидеры, партии и граждане участвуют в дискуссиях, выражают свои взгляды и влияют на общественное мнение. Политики и лидеры партий часто используют хэштеги в стратегических целях, чтобы сформировать повествование и охватить определенную целевую аудиторию. Фотографии с хештегированием, как визуальный контент, являются еще одной формой онлайн- коммуникации, которая играет роль в формировании политического дискурса. Они могут передавать политические сообщения, высмеивать политических деятелей или служить способом привлечь и сплотить сторонников вокруг определенных идей. Концепция хештегирования, согласно которой виртуальные представительства политических субъектов используются для влияния на целевую аудиторию, может быть связана с идеей создания онлайн-персонажей или цифровых аватаров для продвижения конкретных политических программ. Крайне важно признать, что онлайн-общение, включая использование хэштегов и мемов в политическом контексте, может иметь как положительные, так и отрицательные последствия. Это может способствовать демократическому взаимодействию, диалогу и усилению маргинализированных голосов, но также может способствовать эхо-камерам, дезинформации и поляризации мнений и общественных страт.

Концептуальный анализ влияния средств массовой информации на общественное мнение показывает, что интернет стал политическим феноменом. Российский исследователь С. Федорченко вводит в научный оборот новое понятие «сетевой полис». По его мнению, «сетевой полис – это совокупность зависимых от потенциальных клиентов (правящих политических элит в обществе и связанных с ними крупных компаний) сетевых арен участия граждан, через сеть формируется политическая идентичность, политическая повестка дня, легитимация и делигитимация определенной политической системы государства и его политических режимов» [64, с. 76].

Сетевой полис необходимо рассматривать как механизм конструирования заинтересованными политическими акторами сетевой политической идентичности посредством сетевых платформ гражданского участия (рисунок 1). Платформы или арены политического участия могут возникать как при участии власти, бизнес сообщества, так и стихийно, «снизу». Интересно, что сейчас мы наблюдаем столкновение двух политико-коммуникационных трендов:

1) политические и потребительские предпочтения граждан контролируются через сетевые коммуникации современными политическими элитами и крупным капиталом; 2) за политической элитой и капиталом неустанно следят активные пользователи мобильных и социальных сетей Интернета [65, с. 173].

**блоги, микроблоги, тлоги**

**форумы**

**агрегаторы**

**Сетевая политическая идентичность**

**онлайн игры, онлайн-комиксы**

**сообщества социальных сетей**

**чаты**

**интернет энциклопедия**

Рисунок 1 – Сетевой полис

Примечание: составлено по источнику [63, с. 78]

На рисунке 1 показаны сетевые арены участия: сообщества социальных сетей, форумы, интернет-энциклопедии, чаты в различных системах, видеохостинги, онлайн комиксы, новостные сайты, микроблоги и блоги, тлоги. Именно на сетевых аренах происходит политическая коммуникация, основанная на создании, передачи и приема политических сообщений, воздействующие на мир политики. На принципах сетевого гейткипинга базируются сетевые арены участия [66, с. 90]. Теория гейткипинга основывается на системе фильтрации сообщений, гейткипиры (модераторы, редакторы, администраторы) в сетевых аренах выполняют роль экспертов и фильтруют информацию в определенной сфере. Гейткипиры контролируют контент, ограничивают права посредством наложения бана, могут пользователя лишить полностью прав, имеют право писать, добавлять, удалять, менять контент от имени сообщества.

В самом определении «полис» сочетаются следующие трактовки политики: политика как явление общественное; политика как программа; политика как разновидности правления. Организация сетевого полиса раскрывается через политологические концепты: сетевой фронтир и сетевая идентичность. Под сетевым фронтиром понимают социально-культурные ценности современных и предшествующих обществ, отличающих их от других сетевых полисов [67, с.85]. Люди, которые не представляют свою жизнь без интернет-коммуникаций, называются «цифровыми жителями» [68, с. 52]. Феномен сетевой идентичности исследуется недавно. Поэтому есть различия в трактовке данного понятия. Так, по мнению Л. Фадеевой, когда пользователь отождествляет себя с определенной интернет группой – это и есть сетевая идентичность. Интересно, что сетевая идентичность может усилить гражданскую идентичность, также с помощью сетевой идентичности происходит манипуляция индивидами со стороны государства [69, с. 77]. Другой российский исследователь Е.В. Летов выделяет следующие признаки сетевой идентичности: обособленность и активность индивида в интернет-сообществах; индивид, обладающий отличными знаниями информационно-коммуникативных технологий и специфической киберкультурой, отождествляющий себя с сетевыми пользователями [70, с. 63].

Особенность сетевого общества по мнению российского исследователя С. Володенкова состоит в том, что благодаря коллективному потреблению информации сетевое общество становится новой формой общественной активности, когда каждый пользователь делится своим мнением с другими пользователями, влияет на их мнения, полемизирует [63].

Таким образом, «граждане» сетевого полиса делятся на 2 категории. Первые – сетевая элита, так называемые гейткипиры, которые не только следят за порядком, но и формируют политическую повестку, определяют участников сетевого полиса. Заинтересованные политические акторы (государство, корпорации и т.д.) в целях формирования и контроля массового сознания внедряют своих представителей в сеть гейткипиров. Вторая категория пользователей, которыми сетевая элита старается управлять – это большое количество рядовых пользователей сетевого сообщества, которые полемизируют, ставят лайки, голосуют, пишут комментарии, загружают видео.

По мнению российского ученого С. Федорченко есть два сценария дальнейшего развития сетевого полиса. Первый сценарий оптимистический, реализация которой возможно если население будет достаточно просвещенным в политическом и технологическом смысле, чтобы использовать сетевые арены участия для коллективного выбора из своей среды профессионалов, отвечающих за политические решения. Второй сценарий пессимистический: когда сетевой полис трансформируется в тоталитарный симулякр, где будет отсутствовать гражданская инициатива и свободное обсуждение актуальных проблем, где политически непросвещенные граждане будут объектами манипуляции со стороны политической элиты и крупных корпораций [64, с. 82].

Подводя итоги по данному параграфу, отметим, что по мере кибернетизации коммуникационных процессов СМИ как один из традиционных каналов коммуникации между властью и обществом претерпевает сильную конкуренцию со стороны других каналов, в числе которых – социальные сети и блоги, которые ведут так называемые инфлюенсеры, чей авторитет среди аудитории, по наблюдениям ученых, постоянно растет, причем в настоящее время влияние лидеров общественного мнения превышает влияние СМИ.

Кроме того, властью используются различные технологии и механизмы для оказания влияния на общественное мнение, например, фрейминг, хэштегирование, механизм сетевого полиса и т.д. Данные технологии могут использоваться как для поддержания спокойствия и порядка в социуме, так и для манипуляций общественным мнением.

При этом следует понимать, что различные коммуникационные каналы и технологии могут использоваться как для коммуникации власти с народом, так и наоборот, причем помимо наиболее распространенных для обоих субъектов (публикации в СМИ, блогах, соцсетях) существуют и те формы, которые позволяют общественному мнению инициировать коммуникацию с властью в попытке повлиять на принимаемые решения – от референдумов и выборов до таких форм, как прямое обращение граждан в письменном виде и онлайн к Главе государства, петиции, общественные слушания, общественные организации и НПО, судебные действия и др.

Изучение форм и каналов коммуникации с обществом позволит государству вырабатывать более эффективные стратегии, методы и решения для взаимодействия с общественным мнением в современных условиях сформировавшегося «коммуникационного изобилия».

* 1. Мировой опыт управления общественным мнением

В данном параграфе мы проанализируем международный опыт управления общественным мнением: основные тренды формирования и манипулирование общественным мнением.

Начиная с конца XX века во многих развитых демократических странах стали проводить административные реформы с целью создания эффективной модели управления общественным мнением. В частности, для повышения эффективности и результативности взаимодействия государства и гражданского общества широко начали использовать технологию краудсорсинга, цифровой способ вовлечения граждан в государственное и политическое управление. Впервые технологию краудсорсинга в органах государственной власти начали применять в США, которая получила название «citizensourcing» [71, с. 78]. С помощью социальных сетей и медиа инструментов граждане осуществляют контроль законности государственных решений, результатов реализации государственных программ и проектов, выявляют случаи использования служебного положения государственными чиновниками. Рассмотрим, как используют краудсорсинг государственные организации. Например, в США используют веб сайт SeeClickFix, куда граждане сообщают различные проблемы, которые возникают в их районах (сбитые светофоры, засоренная канализация и т.д.). Через платформу SeeClickFix городские власти отслеживают возникающие проблемы и оперативно принимают решения. [72, с. 190].

Таким образом, краудсорсинг – это еще одна основанная на информационно-коммуникативных технологиях платформа, которая все чаще используется в демократических процессах. По определению, это призыв к участию в открытом/онлайн-задании. Краудсорсинг был установлен и использовался политиками для информирования о решениях, касающихся следующего: реформы в Исландии; национальные диалоги в США; совместное составление бюджета в Чикаго и Калгари; петиции граждан в Великобритании, США и Австралии; создание Открытого министерства в Финляндии.

Как и в социальных сетях, краудсорсинг также широко используется негосударственными субъектами. Организации гражданского общества используют и настраивают веб-приложения, чтобы дать возможность широкой общественности сообщить о том или ином сведении, свидетелями которого они стали. Отчеты могут быть представлены в разных форматах, таких как текстовые сообщения, фото-, aудио-, видеофайлы и т. д. Одним из самых популярных, краудсорсинговых приложений, является платформа USHAHIDI. Эта настраиваемая платформа на основе карт Google доступна широкой публике, используется для сбора большого объема информации. Она часто используется гражданскими обществами для наблюдения за государственными органами: например, для сбора данных и генерирования действенной информации, связанной с коррупцией или злоупотреблениями на выборах. Реализация этого и аналогичных платформ не только сдерживает потенциальных исполнителей недемократической практики, но также оказывают давление на государственные институты, чтобы они действовали на основе доказательств, собранных с помощью краудсорсинга.

Главная сила социальных сетей и инструментов краудсорсинга, а именно открытость для участия каждого, также является их самым большим недостатком, поскольку практически каждый может присоединиться к обсуждению и внести свой вклад. Данные этих платформ уязвимы для спойлеров. В контексте страны, качеством, где политические ставки высоки и существует сопротивление подлинным демократическим изменениям, возможно повреждение данных и намеренное манипулирование информацией. Усилия по проверке могут помочь защитить от злоупотреблений, но это требует ресурсов, которые пользователь инструмента не может зафиксировать. Говард описывает случай демонстрации 2009 года после выборов в Иране, когда антиправительственные власти использовали Facebook. Протестующим противостоял правительственный аппарат безопасности, который начал использовать эти приложения для распространения дезинформации [73, с. 11].

Некоторые исследователи признают, что данные, собранные с помощью краудсорсинга, могут быть смещены в сторону негативных инцидентов и в районы, где граждане лучше информированы о краудсорсинге, например, в городских районах, и ими могут манипулировать «негативные деятели», которые представляют ложные отчеты. Следует также учитывать, что информационно- коммуникативные технологии могут зависеть от действующего телефона и интернет-сети, которые могут пострадать от технических сбоев или могут быть заблокированы правительством. Таким был случай блокировки YouTube в Турции в 2014 году.

Что касается использования существующих приложений информационно- коммуникативных технологий для преодоления разрыва между знаниями и практикой в области продвижения демократии, системным недостатком современных инструментов на базе информационно-коммуникативных технологий является их отрыв от базы знаний. Как говорит Говард: «Во времена политического кризиса Twitter и YouTube становятся вспомогательной инфраструктурой социальных движений». Поэтому он предупреждает: «Было бы ошибкой связывать любую теорию социальных изменений к конкретному программному обеспечению» [73, с. 12].

Платформы краудсорсинга предназначены для того, чтобы просвещать и обучать общественность. При создании краудсорсинга для сбора таких данных, как случаи незаконного финансирования политических партий, нарушения на выборах или других злоупотреблений качество полученных данных будет зависеть от квалификации, уровня знаний участников о демократических процессах. Поэтому принятие квалифицированного суждения может потребовать обучения. Иногда относительно небольшой процент людей, которые составляют часть заранее созданной, хорошо осведомленной сети, вносят свой вклад в краудсорсинг с непропорционально высоким числом отчетов, как указал Мейер при рассмотрении использования USHAHIDI во время египетских выборов в 2010 году. Из-за многочисленных проблем подчеркивается важность использования подготовленных наблюдателей. В соответствии с этим, Вailard and Livingston утверждают, что краудсорсинг не должен заменять традиционные инициативы по мониторингу, при этом может служить важным дополнением инструментом, благодаря способности преодолевать некоторые барьеры, ограничивающие традиционные усилия по мониторингу [73, с. 12].

Также следует отметить, что в дальнем зарубежье, как на Западе, так и в странах Востока, развита гражданская журналистика, однако постепенно ее возможности начинают применяться и на постсоветском пространстве. Расследования коррупционных махинаций, недобросовестности чиновников, нарушение законодательства должностными лицами гражданскими репортерами привело к отставке некоторых официальных лиц и даже к смещению правительства в Южной Корее. Граждане – репортеры этой страны даже принялись за разоблачения действий некоторых финансовых магнатов, что значительно подорвало их репутацию, повлияло на бизнес. Обладатели телефонов, миникомпьютеров могут записывать события в момент их действия и тут же посылать в эфир через Интернет.

Своего рода политической трибуной является развитие онлайн- журналистики в виде блогов. По данным аналитического центра «Пью Интернет проджект», который изучает воздействие Интернета на различные аспекты американской жизни, чтение блогов растет одновременно с их созданием. Более четверти американцев читают блоги по самым актуальным вопросам политики, технологического развития, а также по различным проблемам в других областях знаний. В дни противостояния военному режиму в Пакистане в связи с объявлением режима чрезвычайного положения ранее отстраненный от должности Председатель Верховного суда Пакистана обратился к своим единомышленникам по телефону, послав видеообращение о проведении митинга.

Всё перечисленное выше демонстрирует новые способы коммуникации и передачи информации, которые теперь активно во всех странах развиваются [74, с. 51].

Существует еще одна форма манипулирования общественным мнением — это лоббирование. В демократических странах практика лоббирования на те или иные политические решения является необходимой частью политического процесса. Защитники лоббизма утверждают, что лоббисты — это важный источник легитимности политиков, так как благодаря им государственные деятели получают информацию и лучше разбираются в политической среде. Задача лоббистов состоит в следующем: определять политическую повестку; усилить власть отдельных групп интересов; развивать коммуникации с общественностью и государственной властью. Лоббисты за счет различных медиа кампаний стараются формировать общественное мнение. Ими используются следующие политические технологии: создание негативного имиджа своих противников, и наоборот, формирование положительного имиджа своих приверженцев; реклама через медиа ресурсы своих интересов, организаций (с привлечением известных личностей из различных сфер); встречи с общественностью, привлечение экспертов для различных интервью в средствах массовой информации. Лоббисты выступают связующим звеном между гражданами, государством и средствами массовой информации [60, с. 240-241].

Следует отметить, что первоначально социальные сети были разработаны в основном для общения в Интернете, приложения Facebook, Twitter и другие веб-сайты использовались для обмена информацией. На современном этапе социальные сети широко используются различными государственными и негосударственными субъектами в качестве инструментов продвижения демократии. Так, в демократических обществах государственные субъекты используют социальные сети для улучшения связи с широкими слоями населения. В свою очередь, граждане используют социальные сети для воздействия на демократические процессы, как в демократических, так и недемократических обществах. Через социальные сети люди и группы обмениваются информацией, формируют мнения, оказывают давление на правительства с целью инициирования реформ и осуществления демократических изменений. Использование социальных сетей становятся особенно эффективным в обеспечении массовой мобилизации различных социальных групп и отдельных лиц, не связанных с какой-либо организованной группой, присоединиться к протестам и требовать демократии. В качестве примеров можно назвать «Оранжевую революцию» в Украине в 2004 году, «Твиттер-революцию» в Молдове в 2009, «Арабскую весну» в 2010–2011 годах. Новая форма коммуникации приобрела новое качество и превратилась в противоположность – «уход в І-net», отрыв от реального мира стал глобальной проблемой в реальном мире. Кроме того, интернет создал устойчиво сообщество людей, критически смотрящих на окружающую действительность. Социальные сети и эпоха телекоммуникационных технологий: телевидение, сотовая связь, Интернет, дали повод некоторым исследователям применить по отношению к событиям «арабской весны» такие дефиниции, как «цифровая», или «Тwitter-революция».

Рассмотрим роль социальных сетей в падении режима Мубарака в Египте в 2011 году. Египет относился к числу государств с наиболее развитой телекоммуникационной инфраструктурой в арабском мире. К началу 2011 года регулярный доступ к Интернету имели до 30% населения страны, к мобильным телефонам – 80%. Протесты в Египте изначально носили стихийный характер. 25 января движение «6 апреля» предварительно через свои социальные сети, которые насчитывали 87 тысяч участников, обратилось к гражданам Арабской Республики Египет, чтобы они вышли на улицы с требованием смены власти.

25 января с началом массовых волнений египетские власти отключили доступ к сервису микроблогов Тwitter, социальные сети Facеbооk и к почтовому сервису GoogleMail. Однако это не смогло предотвратить использование глобальной сети протестующими, которые продолжили пользоваться микроблогами через мобильные приложения, SМS – сообщения и сетевые «зеркала». Показательно, что уже к 27 января президент США Барак Обама потребовал от Мубарака предоставить доступ к социальным сетям всем гражданам [75]. В ситуации отсутствия интернета и плохой телефонной связи оппозиция информировала своих единомышленников через спутниковое телевидение, использовало «сарафанное радио». Таким образом, государственные средства массовой информации Египта сделали все возможное, чтобы обуздать поток информации. Однако видео, получаемые от пользователей, оказались недостаточными для формирования общественного мнения. Распоряжением правительства последний интернет-провайдер прекратил предоставлять услуги связи в целях национальной безопасности. [76].

Исследователь Стэндфордского университета Е.Морозов при оценке отметил: «Египетский режим не просто проиграл борьбу против Интернета. Он в нее даже не вступил. Мубарака поверг не Интернет, а его незнакомство с Интернетом» [77, с. 95].

Также следует отметить, что триггером событий «арабской весны» стало сформировавшееся общественное мнение. Долгое время общество не могло прийти к единому мнению, затем согласие образовалось в самое короткое время и был достигнут приоритет одного мнения. Таким образом, именно общественное мнение стало триггером событий в Египте и Тунисе и спровоцировало неустойчивость системы.

Анализ возможностей этого явления показал, что социальные сети ведут не столько к революциям, сколько к своевременному инструменту, используемому для активизации инакомыслия, координации действий демонстрантов и информирования международной общественности о событиях. Таким образом, главное условие – это наличие причин, политических и социально-экономических на развитие революционной ситуации, а также установка на определенную часть граждан страны к участию в акциях протеста [77, с.92-93].

Такие транснациональные корпорации как Аррlе, Gооglе и другие обладают большой властью, во-первых, в качестве поставщиков средств коммуникации и, во-вторых, предлагают «скрытую» механику коммуникационного изобилия: благодаря поиску информации происходит объединение пользователей сети и рекламодателей. Данные алгоритмы позволяют организациям и группам людей использовать контент под свои нужды. Однако, данные алгоритмы не могут существовать в социально-политическом вакууме [78, с. 87]. Создание монополии в Интернет-пространстве нарушает главный принцип демократии – альтернативность и многообразие собственности, плюрализм мнений и множественность представляемого контента в медиа пространстве. Возможны ситуации вытеснения одной точки зрения из информационного пространства в то время, как другая точка зрения будет превалировать. Такая ситуации таят в себе опасность злоупотребления политической властью в угоду интересам крупных компаний, которые в свою очередь имеют все возможности «приватизировать» политику ради своей выгоды и стать могущественными политическими акторами [60, с. 210].

Опасения исследователя Дж. Кина по поводу злоупотребления своей властью крупными медиа монополиями подтвердились январскими событиями 2021 года в США. В самой, как видится многим, демократической стране мира 9 января 2021 года, по идеологическим мотивам был удален личный аккаунт президента США Д. Трампа в Twitter, где у него было 89 миллионов подписчиков. Сложившаяся ситуация весьма показательна. Этот прецедент доказывает, что можно заблокировать любые неугодные аккаунты по политическим мотивам. Кроме того, возникает вопрос: почему Twitter не учитывает мнение 89 миллионов подписчиков Д. Трампа. По мнению российского политолога и журналиста Максима Шевченко с этого момента «социальные сети больше не социальные (общественные) сети. Это сети, которые являются коммуникаторами, принадлежащие и контролирующие определенными политическими группами. То есть социальные сети являются частной инициативой определенных групп лиц, с определенными взглядами, которые хотят с помощью этих инструментов пропагандировать свои взгляды» [79]. Сторонники вновь избранного президента США Джо Байдена аргументируют вышеуказанные действия социальных сетей тем, что они являются частными организациями. Однако с такой позицией не согласен российский политики и экономист А.Н. Илларионов. По его мнению, «публичная платформа не должна выступать в роли цензора тех или иных мнений людей исходя из политических соображений. Так как правила действия в публичной платформе отличаются от правил действия частных средств массовой информации и аналогичных государственных средств массовой информации. Платформы не отвечают за содержание того, что подписчики, держатели аккаунтов размещают на своих страницах. Смерть свободного общества начинается с запрета на высказывания. Свобода слова – это основа, фундамент демократического общества [79].

Медиа фирмы и медиа рынки обладают властью, так как трансформируют и воздействуют на идентичность граждан. Существуют разные точки зрения о роли монополии на развитие инновации. Так, по мнению австрийского экономиста и политолога Йозефа Шумпетера монополии и крупные фирмы – это благо, так как они необходимы для инноваций, которые в свою очередь являются важным фактором конкуренции, «основанной на открытии нового товара, новой технологии, нового источника сырья, нового типа организации» [80, с. 128]. созданию ими барьеров для развития инноваций [80, с. 28].

В эпоху рыночной конкуренции и коммуникационного изобилия существует тенденция к формированию олигополии. Так, в 1984 году в Соединенных Штатах Америки медиа индустрию контролировали около пятидесяти крупных компаний. В 1987 году эта цифра составляла уже двадцать семь, к 1996 году – 10, в 2004 году – 5. Подобные тенденции наблюдаются во многих государствах [60, с. 199].

Могущество Gооglе заключается в том, что компания монополизировала поисковый бизнес Интернета, разработала такие технологии сбора и перераспределения информации, которые стали угрозой частной жизни. Председатель совета директоров Gооglе Э. Шмидт по поводу вопросов о хранении личных данных заявлял, что если человек беспокоится о своей частной жизни, то возможно ему не стоило пользоваться поисковой системой Gооglе, так как все поисковые системы в обязательном порядке сохраняют информацию и согласно Закону о борьбе с терроризмом и экстремизмом вся информация может быть предоставлена компанией государственным властям [82].

Транснациональная компания Gооglе впервые внедрила систему индeксaции Pаgе Rаnk, определяющей рейтинг популярности за счет определенных алгоритмов, которая изменила само определение информации, сделав из нее коммерческий инструмент для связывания пользователей сети и рекламодателей. На сегодняшний день программу обнулили со всех сайтов. Если первоначально Gооglе запускалась как платформа веб поиска, то впоследствии корпорация запустила множество инновационных приложений (Gооglе Glass, Gооglе Now, Gооglе Hangouts, Gmail и др.), которые позволили ей стать крупной монополией на рынке многих стран и прежде всего в США. В частности, в 2010 году Gооglе заняла 65% рынка США в Интернете [60, с. 203]. По мнению Дж. Кина, «операторы широкополосного доступа не должны иметь права использовать свою рыночную силу для дискриминации конкурирующих приложений или контента. Так же, как телефонные компании не имеют права указывать потребителям, кому они могут звонить или что они могут говорить, операторам широкополосного доступа нельзя позволять применять свою рыночную силу для контроля сетевой активности» [60, с. 202]. Также следует отметить, что хотя сама компания Gооglе реализовывает все свои инновации в Интернете лозунгом «Информация должна быть доступной», детальную информацию о самой компании получить невозможно.

На современном этапе цифровые инструменты усовершенствовали древнее искусство манипулирования общественным мнением. Мониторинг и управление массовым поведением с помощью искусственного интеллекта – это глобальная тенденция. Более тридцати национальных стратегий развития искусственного интеллекта приняты в основном ведущими странами Востока, в частности, Китаем, Сингапуром, Объединенными Арабскими Эмиратами, а также странами Западной Европы. В этой связи интересна политика Китая по обеспечению информационного суверенитета и мониторингу общественного мнения. Главная цель китайского правительства заключается в позиционировании себя великой информационной державой. По словам ученого Джона Кина: «Китайская Народная Республика напоминает большую политическую лабораторию, где разрабатывается множество хитрых методов структурирования и управления моделями изобилия коммуникаций, то есть адаптации интернет ресурсов, используемых гражданами, к динамике стабильного «постдемократического» авторитарного режима» [60, с. 250]. Китай использует высокопрофессиональные методы контроля информации. Особенно строго контролируется телевидение, поскольку большинство населения традиционно пользуется им. Иностранные спутниковые каналы не имеют широкого доступа, их часто отключают. Единственным покупателем зарубежных программ является официальная многоканальная компания China Television, которая принадлежит государству, ее деятельность также строго контролируется государством. Газеты находятся на втором месте в информационном плане, их тираж составляет четыреста миллионов экземпляров, сегодня публикуются более двух тысяч еженедельных газет и журналов [83, с. 37].

С 2007 года информационное агентство «Синьхуа» отслеживает и редактирует иностранные новости. Для контроля китайских средств массовой информациям в Соединенных Штатах и других зарубежных странах, китайские власти оплачивают работу сотрудников средств массовой информации и предоставляют им бесплатный контент, в том числе для продвижения положительных отзывов о китайском государстве» [83, с. 47].

Критика ведущей роли и ее лидеров не принимается в китайском медиа пространстве, а вопросы на такие проблемные темы, как Тибет, Синьцзян, религия и прошлые преступления, совершенные Коммунистической партией, запрещены. На текущем этапе в КНР насчитывается семьсот миллионов пользователей глобальной сети, где недовольство партийным руководством наиболее выражено. Правительственная цензура работает через систему «Великая китайская огненная стена» путем блокирования запроса по проблемной теме через поисковую систему Ваidu. Правительство Китая также часто проводит организованную атаку на информационную систему Сооglе.сn, на сервис Gmаil [60, с. 259].

По мнению исследователя Дж. Кина, интернет-контроль имеет следующую цель: перенаправление недовольства на государственные механизмы контроля, чтобы эффективно использовать его. Важной особенностью этих методов является то, что в Китае информационные потоки не только блокируются, ограничиваются или цензурируются. Скорее, власти начинают рассматривать неограниченную сетевую коммуникацию граждан как инструмент предупреждения или даже виртуальный клапан, который позволяет выпустить недовольство и использовать его в интересах власти.

Посредством создания веб сайта правительство Китая постоянно совершенствует систему управления населением и гражданским обществом. У каждого органа исполнительной власти от низовой до высшей структуры есть официальные сайты, задачами которых являются мониторинг мнения общества [60, с. 255–252].

Интересен опыт Китайской Народной Республики по организации интернет полиции, подчиняющейся Министерству национальной безопасности и, по разным данным, насчитывающей около 45 тысяч полицейских. В их функции входит мониторинг интернет-пространства на наличие запрещенного контента «деструктивного содержания». Когда эти службы обнаруживают подозрительные интернет хостеры, они выполняют фильтрацию, затем блокируют сайт. Власти реагируют на критику блогеров, они создают «ситуационные центры» для предотвращения социальных проблем. Власти также используют методы вербовки пользователей интернета для продвижения национальных идей и разоблачения тех, кто распространяют «ложную» информацию [84].

Китайская Народная Республика добилась значительных успехов в развитии искусственного интеллекта и сборе данных. По словам ведущих аналитиков Австралийского института стратегической политики С. Хоффмана: «Китай разрабатывает глобальную экологическую систему управления цифровыми алгоритмами, включая трансграничные облачные системы хранения данных, «умные» города и искусственный интеллект, системы непрерывного видеонаблюдения, которые предназначены как для внутреннего, так и для внешнего использования. Если традиционная западная пропаганда и реклама только корректирует мнение населения, то цифровой алгоритм позволяет в дальнейшем использовать и формировать глубинные установки масс, которые определяют поведение не только в манипуляции, но и как в реальной, так и в виртуальной реальности» [85, с. 6].

Исследователь из Австралии, на примере одной из ведущих мировых компаний в области искусственного интеллекта GТCОМ, образованной в 2009 году в качестве дочерней компании Центрального отдела пропаганды китайского правительства, занимающейся сбором, хранением, обработкой и анализом структурированных и неструктурированных данных, пришел к выводу что Китай стремится распространить системы управления и технологии мониторинга поведения граждан на соседние страны. Директор GТCОМ Лян Хаоюй заявил в 2018 году: «Благодаря прослушиванию и интерпретации трансъязычных данных в режиме реального времени компания ввела новые стандарты обеспечения политической безопасности для страны в целом и отдельных ее регионов. Только с помощью своевременного распознавания изображений и голосов, а также перевода видео в фотоконтент с последующим распознаванием, государству удалось на десятки процентов снизить риски политической и государственной безопасности».

Известный ученый С. Хоффман в своем докладе рассказал о различиях, которые существуют между западноевропейскими государствами и Китаем, в вопросах анализа социальных сетей и поведенческого анализа. Если, западноевропейские государства анализируют данные в социальных сетях, то в Китае существует методика мониторинга коллективного поведения, которая позволяет анализировать и прогнозировать настроение масс в повседневной жизни, оценивая не только слова, но и действия. В 2020 году по инициативе GТCОМ был создан Институт когнитивных и поведенческих исследований, основной задачей которого является «разработка инновационных нейронных сетей для обработки языка, принципов машинного обучения, создание данных о бессознательном воздействии технологий распознавания текста и речи» [83].

Для обеспечения информационного суверенитета Китай производит свое программное и аппаратное обеспечение, сенсорные и телекоммуникационные системы, включая микропроцессорные чипы для памяти и видеокарты, внутри страны. Китай также контролирует компоненты, гарантирующие информационный суверенитет: данные, программное обеспечение и жесткие диски.

Следует отметить, что китайские власти отвергают западную модель демократии, находящуюся под социальным контролем, так как считают, что это нарушает принципы «гармоничного общества». Китайский народ, по мнению китайского ученого Э.Х. Ли, «еще не готов к демократии, поэтому общественный контроль над государственными структурами только снизит эффективность административной работы и приведет к расколу, политической нестабильности» [86, с. 36]. Ученый считает необходимым «мудрое руководство», используя следующие технологии: организованная борьба с коррупцией, проведение многочисленных опросов общественного мнения, внедрение принципов государственной службы [86, с. 36].

Технологические гиганты и корпорации продолжают набирать влияние на основе передовых решений, которые ценятся в глобальном масштабе. Это обеспечивается постоянным переходом к цифровой реальности, что позволяет проводить глубокий анализ человеческого восприятия. Существует новое явление обработки общественного сознания, которое осуществляется с помощью искусственного интеллекта, являющийся невидимым средством получения информации о войне. При этом международно-правовое регулирование остается не совершенным. В результате мы видим фрагментацию цифрового пространства, а также повышение международной нестабильности.

В век цифровизации и искусственного интеллекта необходима международная систематизация нормативных правовых актов и его регулирования. Более того, подобное законодательство, с одной стороны, должно быть гибким в быстроменяющихся реалиях цифровой эпохи, с другой – должно опираться на фундаментальные аксиомы, так как крайне сложно предсказать дальнейшее развитие искусственного интеллекта. Ряд специалистов опасается, что сочетание глубокого машинного обучения и анализа больших данных может спровоцировать четвертую промышленную революцию, к последствиям которой человечество еще не готово. В этой связи они подчеркивают необходимость в скорейшей адаптации системы образования к новым реалиям с тем, чтобы успешно готовить новое поколение к жизни в мире, кардинально отличающемся от современного [87, с. 238].

Одной из самых значимых инициатив в данном направлении можно считать конференцию, посвященную преимуществам и проблемам искусственного интеллекта, которая состоялась в городе Пасифик Гров, Калифорния. В ней приняли участие Рэй Курцвейл, Илон Маск, Стивен Хокинг, Демис Хассабис, Янн Ле Кун и десятки других всемирно признанных ученых и экспертов в сфере искусственного интеллекта и смежных областях. Они приняли так называемые «Азиломарские принципы искусственного интеллекта», которые закладывают основу для исследования этических норм в этой сфере [88]. Из 23 принципов данного документа для нашего исследования представляют интерес следующие принципы: Принцип №3: «Должно осуществляться конструктивное взаимодействие между исследователями искусственного интеллекта и политиками»; принцип №12: Важные принципы, выдвинутые в контексте использования искусственного интеллекта, включают следующее:

– принцип №12: Право на доступ, управление и контроль персональных данных, сгенерированных людьми, чтобы системы искусственного интеллекта могли анализировать и использовать эти данные.

– принцип № 13: Свобода и приватность. Применение искусственного интеллекта в обработке персональных данных не должно необоснованно ограничивать реальную или воспринимаемую свободу людей.

– принцип № 16: Человеческий контроль: людям должно быть предоставлено право выбора и решения о делегировании системам искусственного интеллекта с целью достижения заданных ими целей.

– принцип № 17: Отсутствие дестабилизирующего воздействия. Власть, получаемая через применение сложных систем искусственного интеллекта, должна уважать и улучшать социальные и гражданские процессы, от которых зависит благополучие общества.

– принцип № 23: «Суперинтеллект должен разрабатываться только во имя служения широко разделяемым этическим идеалам и во благо всего человечества, а не одного государства или организации» [88].

На наш взгляд, в «Азиломарских принципах» затронуты весьма важные ориентиры по обеспечению глобальной безопасности в условиях технологического прогресса. В первую очередь, необходимость кооперации и сотрудничества между исследователями искусственного интеллекта и политиками. Для подобного взаимодействия необходимо создание международной площадки, масштаб и авторитет которой обеспечит активное привлечение всех заинтересованных сторон. Данная организация должна заниматься формированием новой нормативно-правовой системы, обеспечивающей международную безопасность в контексте возможных угроз со стороны недобросовестного применения искусственного интеллекта.

«Азиломарские принципы» представляют собой наиболее последовательное руководство, касающееся вопросов этики. Казахстану также необходимо придерживаться и внедрять основополагающие «Азиломарские принципы». Крайне важно поддерживать прочный баланс между интересами общества и его отдельных членов, между гарантиями безопасности и необходимостью экспериментов и инноваций.

Итак, в государствах с тоталитарной и авторитарной форм правления общественное мнение формируется государством посредством идеологии и пропаганды. В демократических политических режимах общественное мнение формируется как при участии государства, так при активном участии гражданского общества на основе стратегии «sоftроwеr».

Таким образом, по результатам рассмотренного в данном параграфе можем заключить следующее.

1. В конце XX и начале XXI веков во многих развитых демократических странах были проведены административные реформы с целью создания эффективной модели управления общественным мнением. В частности, для повышения эффективности и результативности взаимодействия государства и гражданского общества широко начали использовать технологию краудсорсинга, цифровой способ вовлечения граждан в государственное и политическое управление. Также активно развивается гражданская журналистика. Появлению виртуального гражданина способствовали интернет-технологии. С традиционными институтами гражданского общества за право монополизировать выражение общественного мнения конкурируют новые сетевые институты. В западных странах активно развивается еще одна форма манипулирования общественным мнением – это лоббированием тех или иных политические решений. Лоббисты выступают связующим звеном между гражданами, государством и средствами массовой информации

2. На современном этапе цифровые инструменты революционируют искусство манипулирования общественным мнением. Обеспечение доминирования информации, мониторинг общественного мнения и управление коллективным поведением с помощью искусственного интеллекта – это глобальная тенденция. Более развитые государства разрабатывают технологии анализа социальных сетей и наблюдения за коллективным поведением, которые позволяют анализировать и прогнозировать настроения масс в каждодневной реальности и оценивают не только слова, но и действия. Крупные технологические корпорации продолжают оказывать влияние на глобальном уровне благодаря передовым решениям, основанным на искусственном интеллекте. Ии обладает преимуществом проведения углубленного анализа человеческого восприятия. Манипулирование массовым сознанием – явление, которое, практикуется с незапамятных времен, но с возможностями искусственного интеллекта становится очевидным, что механизмы информационной войны становятся все более эффективными. Однако в настоящее время не существует международных правовых норм, которые могли бы быть пределом действия. В результате мы видим фрагменты цифрового пространства, а также рост протекционизма и глобальной нестабильности.

3. С развитием Интернета государство как политический субъект стало терять свою монополию на формирование общественного мнения. Перед государствами, в информационную эпоху, ставятся новые цели и задачи национальной информационной политики. Стратегия формирования Национальной информационной политики учитывает этнические и другие группы в характеристиках общества, глубоко анализирует международный опыт использования достижений в области средств массовой информации и новейших технологий, разрабатывает механизмы практической реализации национальной информационной политики и механизмы улучшения коммуникации с более широким сегментом населения, в котором государственные субъекты используют социальные сети. Необходимо разработать систему, которая может быть использована в широком спектре применений.

Завершая раздел 1 настоящей диссертационной работы, сформулируем следующие основные выводы.

1. Общественное мнение является динамичной и сложной системой, представляющей собой результат взаимодействия различных мнений и взглядов, высказываемых индивидами в рамках общества. Оно формируется и развивается под влиянием различных факторов, таких как социокультурный контекст, политическая обстановка, экономические условия, информационные технологии и средства массовой коммуникации. Общественное мнение не является статичным, оно постоянно эволюционирует и претерпевает изменения в зависимости от внешних и внутренних влияний. Оно может возникать и развиваться как естественным образом, отражая индивидуальные убеждения и опыт людей, так и быть целенаправленно формируемым и манипулируемым с помощью различных политических, социальных и информационных технологий. Общественное мнение имеет значительное влияние на социальные процессы и поведение людей. Оно может стать мощным инструментом трансформации общества, воздействуя на принятие решений и формирование политики, а также на социальные общности и индивидуальные представления. При определенных условиях общественное мнение может способствовать изменению стереотипов, ценностей и поведенческих моделей в обществе.

Широкий спектр факторов, влияющих на формирование общественного мнения, обозначает его сложность и важность в социальной жизни. Среди таких факторов можно выделить медиасреды, социальные сети, образовательные учреждения, политические организации, религиозные институты и другие сферы общественной деятельности.

В свете современных информационных технологий и развития цифрового пространства общественное мнение становится еще более динамичным и доступным. Интернет и социальные сети играют существенную роль в формировании и распространении общественного мнения, предоставляя платформу для выражения различных взглядов и участия в общественных дискуссиях и дебатах. Они обеспечивают широкий доступ к информации, позволяют людям высказывать свои мнения, обмениваться идеями и участвовать в общественной жизни даже на удалении. Это создает новые возможности для демократического участия и позволяет различным группам и сообществам находить свои голоса и представлять свои интересы.

Однако следует отметить, что развитие информационных технологий также создает вызовы и проблемы, связанные с качеством информации, фильтрацией и манипуляцией общественным мнением. В условиях информационного избытка и распространения фейковых новостей становится сложно различить правду от лжи, что может искажать общественное мнение и вносить нестабильность в общественные процессы.

2. Концептуальный анализ влияния средств массовой информации на общественное мнение подтверждает, что интернет стал существенным политическим феноменом. Быстрые изменения в коммуникационном пространстве, появление новых технологий и практик делают интернет новым публичным пространством, где происходит политическое взаимодействие. Интернет предоставляет гражданам возможность объединяться и действовать коллективно на общественном поле.

В эпоху «коммуникационного изобилия» граждане активно участвуют в политической сфере через интернет. Социальные сети стали платформой, на которой пользователи поднимают общественные вопросы, требующие публичного обсуждения и рассмотрения. Пользователи социальных сетей проявляют политическую активность, выражая свои мнения, созывая массовые акции и организуя коллективные действия. Интернет расширяет возможности публичного самовыражения и усиливает коллективные действия граждан.

Этот сдвиг в политической сфере создает новые вызовы и возможности. Государственные и политические акторы должны учитывать силу интернета и социальных сетей, чтобы эффективно взаимодействовать с общественным мнением. Понимание и использование интернета как средства политической коммуникации становится неотъемлемой частью стратегии формирования общественного мнения и поддержания политической стабильности.

3. Эффективность деятельности государственных органов и укрепление диалога с населением зависит от развития информационных технологий и правильного использования политических технологий. Политические технологии – это квинтэссенция информационно-психологического творчества, интегрирующего самые разнообразные методы, средства и новейшие достижения по управлению общественным мнением и общественным сознанием. Для защиты национального информационного пространства, для легитимации власти и формирования позитивного имиджа информационно- коммуникативные технологии становятся важным инструментом для государства и его органов.

4. В целях поддержания стабильности политической системы государство активно воздействует на общественное мнение через средства массовой информации. Одной из ключевых задач государства является формирование положительного общественного мнения, которое способствует легитимизации государственной власти и снижению уровня политической энтропии. Средства массовой информации выполняют важную роль в этом процессе, акцентируя внимание общества на достижениях и политиках правительства, поддерживая его деятельность и воздействуя на общественное сознание.

Однако в периоды обострения общественных противоречий стабильность и устойчивость социальных систем могут быть нарушены. В таких ситуациях общественное мнение становится особенно важным, поскольку оно может играть роль катализатора социальных изменений и определить направление политического развития. Крупные социальные общности, включая государство и другие политические субъекты, активно влияют на общественное мнение, стремясь укрепить свою позицию и поддерживать стабильность в системе.

Субъекты влияния на общественное мнение должны учитывать, что носители общественного мнения обладают собственной активностью и способностью критически оценивать информацию. Чтобы добиться эффективного влияния, субъектам влияния необходимо предоставлять качественную информацию, основанную на фактах, достоверных источниках и аргументах. Такие подходы позволяют убедить и уверить носителей общественного мнения в правильности и значимости представленной информации.

Таким образом, общественное мнение является результатом взаимодействия государства, политических субъектов и носителей мнений. Понимание важности качественной информации и доверия общества к формируемому общественному мнению является ключевым фактором в успешном воздействии на общественное мнение и обеспечении стабильности политической системы.

5. Концептуальный анализ влияния средств массовой информации на общественное мнение показывает, что интернет стал политическим феноменом. Стремительно изменяется коммуникационное пространство, появляются новые технологии и практики, интернет становится новым публичным пространством, средой политического взаимодействия. В эпоху «коммуникационного изобилия» граждане стали объединяться и действовать коллективно на общественном поле. Пользователи социальных сетей совершают политические действия, когда поднимают общественные вопросы, требующие публичного обсуждения и рассмотрения. Усиливаются коллективные действия и возможности публичного самовыражения.

6. Использование информационно-коммуникативных технологий, таких как социальные сети, интернет-платформы и искусственный интеллект, является важным средством воздействия на общественное мнение. Международный опыт демонстрирует, что правильное использование этих инструментов позволяет установить диалог с гражданами, обеспечить прозрачность и открытость политического процесса. Однако международный опыт также показывает, что существуют риски и вызовы, связанные с управлением общественным мнением. Неконтролируемое распространение дезинформации, манипуляции и вмешательство внешних акторов могут оказывать негативное влияние на общественное мнение и политическую ситуацию в стране. Изучение международного опыта позволяет выявить передовые практики и успешные стратегии управления общественным мнением, которые могут быть применены в Республике Казахстан. Адаптация этих практик к национальной среде, учет особенностей и потребностей общества способствуют эффективному управлению общественным мнением и развитию демократических процессов в стране. Выводы, сделанные на основе международного опыта, являются ценным исходным пунктом для разработки рекомендаций и стратегий в сфере политического управления общественным мнением в Республике Казахстан. Изучение передовых практик и успешных моделей позволяет выявить ключевые принципы и инструменты, которые могут быть адаптированы и применены для улучшения политических технологий и обеспечения информационного суверенитета.

1. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ФАКТОР ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
   1. Общественное мнение в механизме формирования государственной политики сквозь призму публичной политики

В данном разделе рассматривается процесс формирования общественного мнения в контексте эволюции моделей публичной политики. Исследованы факторы обратной связи, влияющие на формирование мнения социальных групп и общества в целом по важным социальным вопросам. Также рассмотрены вопросы управления процессом формирования общественного мнения, возможности манипулирования им и последствия такого манипулирования. Важным результатом исследования являются основные принципы и факторы, влияющие на формирование общественного мнения, а также выявление основных социальных функций общественного мнения.

Термин «общественное мнение» следует рассматривать как многогранный феномен, учитывая разнообразное воздействие моделей публичной политики на формирование ценностных ориентиров человека. Изучение публичной политики в современной науке осуществляется через различные аналитические модели, которые позволяют обратить внимание на основные элементы, факторы и процессы, связанные с формированием общественного мнения.

Применение системного подхода и моделирования политических явлений в технологии управления общественным мнением в Республике Казахстан позволяет выявить проблемы публичной политики в контексте стратегии развития с учетом институциональных, технологических и процессуальных трансформаций. В данном исследовании будет проанализировано, на основе каких трансформаций происходят изменения, оказывающие прямое влияние на публичную политику.

В современной социально-гуманитарной науке прослеживается тенденция к поиску новой модели государственного управления общественным мнением через публичную политику. Очевидно, что возрождение государства должно осуществляться с применением новых методов и форм деятельности.

Публичная политика является многогранным понятием, исследователи обращают внимание на различные его аспекты, что приводит к множеству подходов.

Помимо вышеуказанного в данном разделе освещается разнообразие и многомерность понятия «публичная политика». Исследователи обращают внимание на различные аспекты этого понятия, что приводит к разнообразию подходов в его изучении. Публичная политика тесно связана с публичной сферой жизни, которая является практическим пространством для принятия политических решений в интересах общественного блага. В этом контексте публичная политика понимается как организованная деятельность публичных акторов, направленная на решение общественных проблем с использованием соответствующих ресурсов.

Насущной задачей в этом отношении является наличие совокупности многих аспектов управления общественным мнением, основанных на участии и обратной связи. Сложность задачи акцентируют необходимость целостного подхода в исследовании, что соответствует концепции управляемости общественным мнением через призму публичной политики. Сложность проблемы определяется недостаточной изученностью влияния новых ресурсов на повышение конкурентоспособности, инноваций. Исследование новых моделей государственного управления общественным мнением является непреложно значимой задачей. Качественное государственное управление, где правительство Республики Казахстан отчитывается перед гражданами, а общество занимает центральное место в процессе развития, имеет величайшее значение для гарантирования прав и интересов народа.

В концептуальном анализе, с точки зрения ретроспективного изучения теоретических концепций, моделей и в эмпирических исследованиях, весьма значима роль общественного мнения как фактора обратной связи. Общественное мнение выполняет специфическую интегративную функцию в контексте публичной политики. Оно играет роль синтезатора знаний на различных уровнях, обеспечивает интеграцию информации, систематизацию, классификацию и сравнение фактов и явлений, а также операционализацию понятий и свойств.

Если мы воспринимаем государственную политику как пространство для взаимодействия общих интересов, то такая универсальная организация как государство, обязана защищать интересы всех граждан без исключения, как частные, так и коллективные интересы. Государственная политика ориентирована на решение, прежде всего, социальных проблем, связанных с определением наилучшего будущего развития государства, справедливым использованием и распределением государственных ресурсов. Обратная связь с населением – паблик рилейшнз требуется для нормального функционирования государства, научно обоснованного решения многих актуальных проблем социальной жизни. Как отмечает казахстанский ученый К.Ж. Нугманова, паблик рилейшнз необходим для взаимодействия институтов и организаций с обществом и формирования нового общественного мнения. Качественное функционирование паблик рилейш нз возможен, когда, во-первых, есть развитая сфера прямых и обратных связей с различными элементами гражданского общества; во-вторых, существует выражение интересов различных слоев и групп; в-третьих, следование принципам гражданского общества. Конечной целью паблик рилейшнз является установление партнерских отношений между властью и обществом на основе хорошо налаженных информационных потоков с обратной связью. Ключевым в этом отношении становится вопрос, насколько сложившаяся в Казахстане система взаимодействия государства, паблик рилейшнз и журналистики способны защитить интересы граждан, удерживать баланс сил [22].

Понятие публичная сфера как сфера общественной и политической деятельности, когда граждане активно и открыто участвуют в обсуждении значимых вопросов и принимают участие в принятии управленческих решений, сформировалось в трех классических работах, образовавших теоретический фундамент исследований этой темы. Это работы И. Канта «Ответ на вопрос: что такое просвещение?» [89], Х. Арендта «VitaActiva, или о деятельной жизни» [90] и работа Ю. Хабермаса «Структурные изменения публичной сферы» [91]. В данных исследованиях были выделены общие черты публичной сферы, сформулированы ее ценности. При всех концептуальных различиях остановимся на общих чертах вышеуказанных работ. Во-первых, под публичной сферой понимается пространство, где возможно открытое выражение своего мнения, возможны дискуссии и критика. Во-вторых, это пространство, где гарантией от монополии власти является множество мнений. В-третьих, это пространство, где обеспечивается гарантия от неравенства. И, наконец, это пространство, дающее возможность для развития гражданского общества.

Государство и гражданское общество в демократической политической системе может полноценно развиваться только в публичной сфере, в рамках которой происходит процесс выработки решений по экономическим, социальным и политическим проблемам. Именно в публичной сфере происходит формирование общественного мнения [91, с.63]. По мнению Ю. Хабермаса, в публичной сфере публика формируется как проводник общественного мнения и принцип публичности делает возможным контроль над государством. На взгляд мыслителя, механизм публичной политики является эффективным инструментом воздействия общества на государственную власть через выражение общественного мнения. Оценка политической системы каждого государства осуществляется по критерию свободы публичного выражения и степени, в которой общественное мнение влияет на власть. Качество функционирования публичной политики зависит от организации и обеспечения свободного доступа структур власти к информационным источникам, развития политических и общественных структур в обществе, а также от условий деятельности средств массовой коммуникации.

Следует отметить, что феномен публичной сферы возник с момента становления капиталистического общества. Концептуальные основы публичной сферы были заложены в труде Ю. Хабермаса «Структурная трансформация публичной сферы», изданном в 1962 году в Германии и вызвавшим большой интерес к проблематике публичной политики. В данной работе представлена модель публичной сферы, которая за последние десятилетия подверглась существенной трансформации. Ю. Хабермас раскрыл смысл данной категории, показал ее исторический генезис. В 1989 году книга была переиздана и вызвала бурную дискуссию в научных кругах. Сам же ученый развивал и уточнял содержательное наполнение понятия «публичная дипломатия». Для Ю. Хабермаса публичная сфера – это сфера социальной жизни, которая «является предметом спора между публичным мнением и публичной властью» [91, с. 37]. Важную роль в установлении публичного порядка играет гражданское общество.

Согласно Ю.Хабермасу в публичной сфере вырабатывается общественное мнение, которое является источником демократической легитимности общественных интересов. Здесь осуществляется контроль над государственной властью со стороны общества, посредством участия гражданского общества в формировании государственной политики.

Если в античный период в публичной сфере решались политические задачи, то в капиталистическом обществе задача публичной сферы заключается в регулировании гражданского общества. В рабовладельческом обществе политический статус гражданина зависел от частного статуса хозяина дома, то есть был основан на господстве. В модели капиталистического общества статус гражданина был основан не на господстве, а на свободе и равенстве всех перед законом [91, с. 107].

В рамках данного диссертационного исследования интерес представляет история развития публичной сферы в капиталистическом обществе, понимание которой необходимо для раскрытия тенденций и проблем развития публичной сферы в Казахстане. Известно, что публичная сфера формировалась в течение нескольких столетий в соответствии с развитием правового государства и либеральной теории. Либеральная модель капиталистической публичной сферы утвердила общество в качестве частной сферы, базовые права и свободы должны были защищать социальную жизнь от государственного вмешательства. Интересно, что первоначально частная автономия распространялась только на собственников. Между публичной властью и частной сферой находились частные лица, которые в качестве граждан доводили до государства потребности капиталистического общества, чтобы таким образом рационализировать господство как таковое [90, с. 301]. Таким образом, либеральная модель публичной сферы является главным этапом в становлении публичного пространства современного общества. На протяжении всего времени существования публичной сферы ее функции изменились. В настоящее время она выполняет следующие функции: 1) озвучивание общественных интересов; 2) общественный контроль реализации государственной политики в различных сферах; 3) воздействие на развитие государственной политики; 4) политическое просвещение граждан [92, с. 97].

В коллективной монографии российских ученых «Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие» публичная сфера рассматривается как площадка взаимодействия институциализированных центров власти с гражданскими структурами. Для населения публичная сфера является пространством, где артикулируются ее интересы, ареной выражения протеста или сотрудничества по поводу государственных проектов, установления взаимодействия с властями. Политическая элита придает публичному пространству значительное значение, рассматривая его как средство смягчения протестных настроений, контроля за межгрупповыми конфликтами, обеспечения стабильности общественного порядка и привлечения граждан к своим краткосрочным и долгосрочным планам. [93, с.56]. Исследователи приходят к выводу, что общественное мнение даже в демократических политических системах обладают весьма ограниченной ролью, так как права рядовых граждан ограничиваются действиями ими же выбранных представителей. «Публичность – это не постоянный источник формирования государственной политики и не обязательная форма кооперации власти с гражданскими структурами. В основном публичная политика при принятии решений в одних случаях обретает статус вспомогательного фактора, в авторитарных режимах – декоративного прикрытия подлинной политики властей» [93, с. 64].

Следует заметить, что на всем постсоветском пространстве фактически власть еще не является в полной мере публичной, именно поэтому, термин «публичная политика» как перевод «public policy» не является общепринятой на постсоветском пространстве. В англоязычных странах это синоним понятия «государственное управление», производное от общества, так как действует в интересах общества и под его контролем. По мнению российского исследователя А. Сунгурова в России происходит искажение смысла слова «public», так как данное понятие на русский язык переводится как «общественный». И связано это с тем, с одной стороны, традиционно в российском обществе выделялась государственная сфера (а власть она всегда государственная), с другой стороны – общественная сфера. Напротив, в Западной Европе, под public понималось общество, в том числе и государственная власть и private – личное [94, с. 14].

Известно, что термин «политика» имеет два основных значения. Во-первых, политика, или politics, относится к действиям, направленным на достижение и удержание государственной власти, и связана с тактикой политических мероприятий. Во-вторых, политика, или policy, также относится к разработке политической стратегии, которая касается всего общества [94, с. 9]. Таким образом, различное понимание феномена «политика» допустимо из-за ее разных трактовок. По определению А.Ю. Сунгурова «публичная политика – это программа и приоритеты органов государственной власти, механизмы и технологии их реализации, выработанные на основе и с учетом ожиданий общественных групп, страт общества через их представителей» [95, с. 15].

Традиционно за выявление общественного мнения в обществе отвечало научное сообщество, однако сегодня на эту роль стали претендовать лидеры неправительственных организаций, так называемые «общественные эксперты», формой их организации являются центры публичной политики, которые функционируют при поддержке различных фондов. Российский исследователь А. Сунгуров выделяет следующие функции центров публичной политики: исследовательская, образовательная, креативная (процесс выработки решений), медиаторская (осмысление проблемы и понимание предлагаемых решений) и внедренческая (формирование общественного мнения), которые связаны не только с выявлением, но и влиянием на общественное мнение. По мнению исследователя, именно реализация вышеуказанных функций определяет является ли то или иное экспертное сообщество центром публичной власти. Если не выполняется хотя бы одна из функций, то для таких экспертных сообществ общество – это объект для манипулирования [95, с. 15].

Разное понимание публичной политики основано на ее контексте и содержании. В узком смысле публичная политика относится к области общественной жизни, где формируется общественное мнение. В широком смысле публичная политика рассматривается как противопоставление между «публичным» и «приватным», «общим» и «частным». В таком случае публичность относится к взаимодействию государства и общества, к совместным действиям для достижения социально-политических результатов, к взаимодействию государственной власти с гражданским обществом, где государство действует в интересах общества и учитывает общественное мнение. [96, с. 36].

Понятие «публичная политика» исследователь М. Риттер рассматривал через категорию «демократия участия» («партиципаторная демократия»). По мнению исследователя, «единственной гарантией сохранения демократии является добровольное участие членов общества в политическом процессе… Без участия населения невозможно построение демократических институтов, таких, как правительство, парламент, органы исполнительной власти и правовые институты» [97, с. 38].

Исследования публичной политики в западной науке связаны с именами Теодоро Адорно, Род Роудсона, Пьера Бурдье, Ричарда Сеннета, Ирвинга Гофмана, Ульриха Саркинелли и других. Интерес к концепту публичная политика возник в конце XX века на волне дискуссии о повышении эффективности государственного управления, расширении возможностей участия гражданского общества в политическом процессе. Область интересов данных ученых сосредоточена на исследовании участия в политических процессах различных групп влияния, ассоциаций, общественных организаций, экспертного сообщества, подготовка, принятие и исполнение политико-административных решений. Именно этим отличается public policy от public administration, деятельность последней связана с деятельностью структур исполнительной власти, действующих во взаимосвязи с различными неправительственными акторами публичной политики.

Английский исследователь Род Роудс в статье «Новый метод управления: управление без правительства» [98] на примере государственных структур Великобритании рассматривает новые принципы управления в условиях глобализации и изменение роли государства и общества в развитых странах.

Американский социолог Р. Патнем вводит новое понятие «социальный капитал», которое выражает организованное общественное взаимодействие, присущее структуре человеческих отношений. По мнению данного исследователя, экономический капитал представлен в виде финансовых активов, находящихся на банковских счетах и инвестициях. Человеческий капитал включает в себя знания, навыки, опыт и квалификацию, которые присутствуют в умственном потенциале людей. Социальный капитал, в свою очередь, представляет собой горизонтальные связи и взаимодействия между людьми в обществе, которые оказывают влияние на благосостояние и развитие общества в целом.

По мнению Р. Патнэма, «…существует связь между социальным капиталом и существованием гражданского общества. Изучая взаимозависимость культурного и экономического благополучия в разных обществах, исследователи пришли к выводу, что экономический рост происходит в странах, где существует развитое гражданское общество, поскольку материальное благополучие не является причиной развития социального капитала, а, наоборот, потому что разнообразие региональных сетей и высокое доверие к ним способствует быстрому и эффективному коллективному принятию решений и стимулирует общие поступки» [99, с. 16].

Таким образом, социальный капитал – это форма материализованного доверия. По мнению американского ученого Ф. Фукуямы он предоставляет собой «определенный потенциал общества, возникающий как результат доверия между его членами». Напротив, дефицит доверия в сфере публичного взаимодействия приводит к деструктивным факторам, снижению потенциала социального партнерства, повышению уровня социальной напряженности [100, с. 57].

Процесс включения различных акторов в процесс принятия решений рассмотрена в статье председателя исследовательского комитета по публичной политике Х. Коулбача «Политика. Кто создает политику?». В частности, автор анализирует роль экспертизы и экспертного сообщества в процессе принятия решений: «… разработка политического курса связана с установлением и регулированием порядка среди разнообразных участников политического и управленческого процесса, что относится не столько к принятию решений, сколько к переговорному процессу» [101, с. 44]. По мнению Х. Коулбача, формами коллективной разработки политического курса являются межминистерские комитеты, консультативные советы, а также так называемые «проблемные сети» [101, с. 45].

Итак, под концептом публичности принято понимать «открытость» (доступная и открытая наблюдению и контролю процедуры принятия решений), «коллективность» (пространство, где группируются члены общества, артикулируются взгляды, функционируют политические партии и общественные организации), «доступность» (сочетаются процессы организации и самоорганизации, управления и самоуправления).

Возрастание значения публичной политики связано с кризисом демократии, проявлением которого является феномен постправды (post-truth). Данное понятие получило широкое распространение именно в последние годы, термин «post-truth» признан Оксфордским словарем 2016 года [102]. Феномен постправды вызван к жизни, во –первых, тем, что у правды есть социальная составляющая, когда человек начинает сомневаться в своих взглядах, если, к примеру, окружающие убедительно называют белое красным, во-вторых, человек обнаруживает, что правда бывает множественной («полиправда»). Общество свыкается с тем, что истина объективно относительна и не последовательна (у каждого своя правда), поэтому зачастую общество не заинтересовано в познании как таковом. Он представляет собой «постмодернистскую реальность» существования социума – новая реальность, в которой люди себя обнаруживают и учатся заново жить [103, с. 42].

Постправда характеризуется опорой на неопределенные представления, которые «ощущаются, но не имеют под собой оснований», то есть представления, сформированные не на фактах, а на эмоциях и чувствах [104].

В рамках данного диссертационного исследования представляют интерес тезисы Брюса Уортона, который до 2017 года занимал должность Госсекретаря США по вопросам публичной дипломатии изложил свои мысли в Стэнфордском университете. На его взгляд, государственные и негосударственные игроки на современном этапе ориентируются на убеждения людей «не в том, что именно они говорят правду, а в том, что никто не говорит правду» [105]. Именно данное убеждение подрывает доверие общества к государственной власти, его институтам, масс-медиа и авторитетным экспертам. Чтобы противодействовать данному процессу и получить доверие со стороны необходимых целевых аудиторий Уортон предлагает: использовать независимые, правдивые и заслуживающие доверия средства коммуникации; не уподобляться противнику; предлагать достоверную информацию; использовать аналитику, которая способна адекватно оценивать результаты и на ее основе корректировать весь политический процесс; идентифицировать целевые аудитории с помощью специальных технологий и обеспечивать наличие необходимых средств для административной поддержки.

По мнению российских исследователей Л.В. Сморгунова и Л.Н. Тимофеевой, взаимодействие государства и многочисленных институтов общества реализуется в рамках концепции социального государства, главной целью которого является обеспечение социального благополучия и достижение благоденствия [106, с. 207]. Происходят изменения в механизмах принятия решений субъектами государственной власти. В частности, государственная политика формируется сегодня коллегиально, в государственном управлении принимают участие как субъекты государственной политики, так и различные социальные группы, и институты. Эффективность государственной политики напрямую зависит от качественных и количественных характеристик субъектов, вовлеченных в процесс принятия государственных решений. Вызовом по поводу совершенствования механизмов государственно управления явился новый феномен – Government relations (GR) [107, с. 57]. Термин «Government relations» с английского на русский язык переводится как «связи с государственными органами» и представляет собой вид деятельности, направленный на взаимодействие с институтами государственной власти. «Government relations» возник как институт политического взаимодействия между государственной властью и различными социально-политическими группами для принятия административных решений и достижения компромисса между государством и социально-политическими группами во имя сохранения баланса интересов [108, с.71]. Следует отметить, что Government relations способствует выработке эффективной государственной политики за счет возможности вовлечения в процессы принятия решений большого количества общественных и политических групп. Технологическим аппаратом Government relations является общественное мнение, которое реализуется через технологию Media relations, суть которой состоит в гармонизации информационного взаимодействия между общественными группами через средства массовой информации, то есть это коммуникативная деятельность и одновременно социальное взаимодействие в медиа сфере. Таким образом, Media relations выступает как инструмент взаимодействия власти и общества и одновременно определяет характер социально-властных отношений. Административное решение порождает общественное мнение, последнее в свою очередь оказывает влияние на принятие управленческих решений. На наш взгляд, Media relations в РR деятельности из области воздействия на формирование общественного мнения должна перейти в область взаимодействия институтов, в ином случае политическое значение Government relations нивелируется, так как не будет обеспечен плюрализм при принятии управленческих решений.

Для нашего исследования представляет интерес один из концептуальных подходов в политической науке – публичное руководство (public governance). Этот подход становится все более значимым при формировании и осуществлении государственной политики в соответствии с изменениями в отношениях между государством и гражданским обществом. Он учитывает появление общества знаний, развитие сетевых форм координации, усиление демократических процессов, принятие политических решений в государственном управлении, меж организационные партнерства и концепцию совместных проектов общества и государства.

Важной составляющей в политическом процессе является оценивание публичной политики. М. Пэттон, разработавший подход оценки дает следующее определение: «оценивание – это систематический сбор информации относительно характеристик и результатов политики, улучшения ее эффективности и помощи в принятии информированных решений по поводу ее дальнейшего развития» [109, с. 10]. Более приближенное к социальным наукам определение можно найти у П. Росси: «оценивание заключается в использовании социологических методов для систематического изучения эффективности социальных программ» [110, с. 21]. И наконец, определение с точки зрения публичного управления дал Е. Хаус: «Оценка публичной политики – это институт, повышающий демократичность публичных решений, так как он делает программы и политику более открытыми для общественного изучения и обсуждения» [111, с. 7]. Таким образом, целью оценки является пропаганда равенства и справедливости.

В процессе трансформации экономики и государства происходят структурные изменения и в публичной сфере. Развитие публичной сферы продолжается не только в политико-правовых нормах либерального правового государства, но и в нормах социального государства. Развитие публичной сферы в Казахстане несомненно связано с процессами трансформации казахстанского общества. В частности, на рубеже 1980–1990 годов в Казахстане были созданы объективные условия для развития публичной сферы. В 1987–2000 годы – это первый этап демократизации и либерализации публичной сферы, когда происходит так называемая декоммунизация. В сфере публичной политики происходит формирование институциональных и политико-правовых основ гражданского участия, под влиянием политических и экономических реформ происходит становление рыночной экономики и гражданского общества.

На функционирование и динамику развития публичной сферы заметное влияние оказало принятие Конституций 1993 и 1995 годов в Казахстане. Либеральный период формирования публичной сферы в Казахстане прошел противоречиво и быстро, связано это было с тем, что в стране осуществлялся переход от плановой экономики к рыночной, от социалистического к капиталистическому государству, от недемократического к демократическому политическому режиму. Результатом данного транзита стал переход от плановой экономики к рыночной экономике, в политической сфере – формирование правового демократического государства и гражданского общества. Также должна была сформироваться публичная сфера как пространство, соединяющее частную сферу с публичной властью для совместной организации общественной жизни, решения вопросов, представляющих общий интерес. Однако специфика реформ Казахстана состояла в том, что вначале проводились экономические реформы. Формула Н.А. Назарбаева «сначала экономика, а затем политика» явилась основой казахстанской модели развития. С конца 1990-х годов республика демонстрировала внушительный экономический рост. Темпы роста с 2009 года замедлились в связи с мировым финансовым кризисом, в 2014–2015 годы из-за падения цен на сырье экономический рост составил всего 1% в 2016 году. В первой половине 2017 года наблюдались признаки восстановления роста, его темп вырос до 4,2% [112, с. 18]. Экономический рост Казахстана зависел от цен на нефть и газ. Одновременно проводилась политика разгосударствления, которая проходила под контролем и по инициативе государства, результатом явилось формирование различных форм собственности: частные, смешанные, государственные. Изменения в политике и законодательстве создавали условия для привлечения иностранных инвестиций в экономику страны. Государство фактически стало крупнейшим получателем прямых иностранных инвестиций. На базе финансовых операций и экспорта природных ресурсов складывались состояния крупных предпринимателей. Так как экономика Казахстана зависела от экспорта углеводородного сырья и металлов, предпринимательство в Казахстане не стало массовой профессией. На наш взгляд, «слабый» средний класс не способствовал развитию публичной сферы.

Следует подчеркнуть, что темпы экономического развития также зависят от эффективности управления, развития и интеграции гражданского общества, равенства в доступе к трудоустройству и образованию. Некоторые проблемы управления препятствуют долгосрочному устойчивому экономическому росту.

В частности, чрезмерная централизация системы власти, коррупция, отсутствие прозрачности и политизированный характер принятия решений. Отсутствие подотчетности исполнительных органов власти ведет к усилению общественного недоверия, без доверия система государственного управления функционировать эффективно не в состоянии. Государство принимает меры по решению проблем непрозрачности расходов и принятий управленческих решений. Таким образом, с начала реализации антикоррупционных стратегий показатели казахстанского Индекса восприятия коррупции последовательно имели тенденцию к улучшению. Это, безусловно, отражает положительную оценку текущей политики страны и всесторонних мер по борьбе с коррупцией. По результатам 2018 года Казахстан зафиксировал 31 балл, заняв 124-е место из 180 стран в рейтинге индекса восприятия коррупции, что свидетельствует о проводимой в нашем государстве работе в этом направлении [113].

Главное место, как в государстве, так и в обществе, занимает формирование антикоррупционной культуры. Антикоррупционное просвещение проводится повсеместно, от низового уровня до высших государственных структур. В учебных заведениях вводятся различные предметы, проводятся занятия, а государственные учреждения имеют различные планы действий по реализации стратегии Казахстана по борьбе с коррупцией до 2025 года. Повсеместно, в рамках проекта «Ашык Аланы» в государственных организациях, были созданы Комиссии по борьбе с коррупцией, включающих членов коллектива. На наш взгляд, для повышения уровня антикоррупционной культуры в обществе необходимо, в первую очередь, повысить уровень информированности должностных лиц, а также всего общества о коррупции и ее последствиях, регулярно проводить дни открытых дверей в территориальном антикоррупционном подразделении, проводить разъяснительную деятельность и читать лекции. Во-вторых, совершенствовать культуру открытости и отчетности. Интерес представляет социальный проект «Сервисный акимат» по переходу на открытые офисные помещения. В целях уменьшения бюрократии и повышения эффективности работы сотрудников, кабинеты акимов и всей администрации акимата должны иметь стеклянные стены и прозрачные двери. В-третьих, образовательные учреждения должны заниматься формированием антикоррупционной культуры, поэтому необходимо повышать квалификацию в этой области среди преподавателей и сделать саму систему образования «чистой», «образцовой».

Также следует отметить, что одна из главных характеристик публичного пространства Казахстана – это высокий порог «заадминистрированности», управляемости публичным пространством. По мнению Ю. Хабермаса, «степень заадминистрированности можно оценить по тому, насколько непубличные мнения включены в круговорот формальных мнений, создающихся посредством средств массовой информации и на которое государство, пытается повлиять как на событие системного окружения» [138, с. 28]. В нашем случае можно утверждать, что не формальное мнение слабо представлено в публичной коммуникации, в нем доминирует квазиобщественное мнение. Анализ состояния публичной сферы Казахстана показывает, что на данный момент она далека от действующих социальных практик ее функционирования в западном обществе. В ее функционировании недостаточно контролирующей и критической функций. Наследие советской государственной практики можно проследить в административной системе Республики Казахстан с точки зрения медленных и формальных бюрократических процедур, а государственные решения зачастую осуществляются «сверху». Тем не менее, процесс принятия решений осуществляется центральными органами власти, включая администрацию президента, канцелярию премьер-министра и министерство национальной экономики. Вышеуказанные институты осуществляют жесткий контроль решений вопросов относительно политики стратегического планирования.

Полномочия Президента широки и включают в себя принятие указов и распоряжений, установление стратегических приоритетов правительства. Кроме того, важные функции государственного управления распределены между различными государственными органами. Например, ответственность за стратегическое управление, планирование и координацию разделяют Президент, министерство финансов и министерство национальной экономики. Вышеуказанные органы в сотрудничестве с министерством юстиции и Агентством государственной службы Республики Казахстан разрабатывают административные программы.

По оценке Организации экономического сотрудничества и развития, распределение ключевых функций между центральными органами власти характеризуются высокой централизацией, что требует децентрализации полномочий по принятию решений и необходимостью предоставить больше свободы отраслевым министерствам [114, с. 42]. В известной степени децентрализации способствовали последние изменения в Конституции. Например, в вопросах, связанных с важными решениями и направлениями деятельности, правительство теперь отчитывается не только перед Президентом, но и перед Мажилисом, который имеет право обратиться к главе государства с предложением освободить членов правительства в случае нарушения последнего Закона. Эти изменения направлены на повышение подотчетности и прозрачности деятельности правительства.

Специалисты Организации экономического сотрудничества и развития констатируют, что «текущая система Казахстана ориентирована на поддержку исполнительной власти и внутриправительственной деятельности. В результате система замыкается на себя, что ограничивает способность центральных органов власти реагировать на изменение обстоятельств и быстро вносить коррективы в политику» [114, с. 45]. Децентрализация является одним из важнейших приоритетов реформы государственного управления в Казахстане. Для того чтобы гражданское общество активно участвовало в принятии решений необходима децентрализация власти и на местном уровне. Речь идет о выборности акимов на всех уровнях исполнительной власти, что создаст механизм прямой связи местного населения с правительством. Недостаточная подотчетность местного государственного управления также является препятствием ее эффективной работы. Процессы вовлечения граждан в принятие решений и демократизации на местном уровне еще далеки от завершения. Необходимой политико-правовой основой участия граждан в формировании политики является доступность информации, позволяющая членам общества не только понимать принимаемые решения государственных органов, но и осуществлять контроль решений и политики государства. Опыт развитых стран показывает, что обеспечение доступа к информации есть первый шаг к совершенствованию процедур принятия решений.

Следует отметить, что в ходе проведения реформ Казахстан разработал интернет-модуль «Открытое правительство», целью которого является улучшение доступа к информации и обеспечения возможности общественного обсуждения политики. Республика Казахстан занимает 29 место из 193 возможных в «Индексе развития электронного правительства» Организации Объединенных Наций. Правительство Казахстана также приняло меры по реализации программы «открытого правительства». В декабре 2015 года были внесены поправки в закон «О местном государственном управлении и самоуправлении в Республике Казахстан», предоставляющие гражданам больше возможностей участвовать в процессе принятия решений. Согласно «Индексу открытости правительства», представленному международной неправительственной организацией «Всемирное правосудие», в котором оценивается уровень готовности правительства раскрывать информацию, граждане могут участвовать в принятии решений и укреплять свою подотчетность, в 2016 году Казахстан занял семьдесят третье место из ста тринадцати возможных. Казахстан получил особенно низкий балл по таким показателям, как участие граждан и оформление жалоб. Рейтинг «показатели избирательных прав и ответственности», оценивающий уровень участия граждан во всемирном банке Казахстана в 2015 году был значительно ниже среднего показателя Организации экономического сотрудничества и развития. Согласно национальным показателям прозрачности и подотчетности правительства, Казахстан по-прежнему далек от уровня страны Организации экономического сотрудничества и развития [114, с. 55].

В целях реализации концепции «слышащего государства» 27 августа 2020 года был издан Указ Президента Республики Казахстан «Концепция развития гражданского общества в Республике Казахстан до 2025 года». Данная Концепция была разработана Министерством информации и общественного развития Республики Казахстан, прошла широкое обсуждение с участием институтов гражданского общества, экспертного сообщества, средств массовой информации. С декабря 2019 года находилась в разработке Национального совета общественного доверия. Принятие и реализация данной Концепции позволит реализовать в Казахстане модель «слышащего государства», снизить монополию государства на власть, повысить гражданскую активность, усилить механизмы общественного контроля, осуществить передачу государственных функций в общественный сектор, активизировать казахстанские институты гражданского общества на международной арене [115].

Следует заметить, что в Казахстане отмечается рост гражданской активности и актуализация гражданских ценностей среди молодежи. С одной стороны, активность молодежи есть фактор общественно-политического развития, социальных инноваций, имеет конструктивное начало. С другой стороны, молодежный активизм иногда проявляется в протестном поведении, радикальных молодежных субкультурах, что может послужить благодатной почвой для распространения экстремистских и радикальных настроений и установок. В связи с этим необходим постоянный мониторинг вовлеченности молодежи в различные формы общественно-политической активности, выявление факторов, способствующих деструктивной активности молодежи. Безусловно, активное гражданское общество – это одно из жизненно значимых условий для становления демократического правового государства. При этом в данном процессе важнейшей составляющей является активное, социально полезное поведение человека, которое способствует развитию общества и государства. Поэтому одна из поставленных задач «Концепции развития гражданского общества в Республике Казахстан» является повышение гражданской активности населения нашего государства.

Развитие гражданского общества является стратегической задачей государственной политики. Президент Республики Казахстан К.К. Токаев отмечает, что без прогресса гражданского общества, демократии и защиты прав и свобод граждан, а также без эффективной организации государства невозможно успешно решить некоторые насущные задачи [116]. Развитие гражданского общества является необходимым, поскольку оно объединяет общественные, частные и личные интересы и потребности в единую систему.

В 2023 году в Казахстане принят закон «Об общественном контроле» [59], нацеленный на повышение прозрачности и подотчетности государственных структур и квазигосударственного сектора, а также как стимул к повышению активности гражданского общества. Это, в свою очередь, призвано обеспечить рост доверия граждан к государству, а также сформировать интолерантность к нарушениям прав и законности.

Гражданское общество оказывает влияние на экономическую, политическую, духовную и нравственную сферы жизни людей, а также на взаимодействие государственных и частных структур и их взаимоотношения с государством в целом.

Гражданское общество, в определенной степени, стало синонимом и показателем экономического, политического и культурного развития общества, поэтому так важно понимание направление его развития, учитывая особенности казахстанских реалий.

Взаимодействие между политической и государственной властью, а также суверенитетом народа определяет особенности их связи с обществом. Задачей института по связям с общественностью в государственных учреждениях является обеспечение принципов демократического управления, создание условий для конструктивного диалога между властью и народом, а также разработка методов и каналов обратной связи с гражданами. Public Relations в государственных учреждениях направлены на формирование дружественного и позитивного восприятия деятельности государства и общего имиджа, а также на укрепление доверия и готовности общества оказывать поддержку.

По мнению казахстанского исследователя Д.Е. Копежановой в Казахстане Public Relations первоначально сформировался в политической сфере и только потом в деловой, экономической сфере. В 90-х годах многие не понимали сути паблик рилейшнз, не было специалистов в этой области, политическим Public Relations занимались «местные гуманитарии», в середине 1990-х годов на политический рынок Казахстана пришли российские политические технологи [117, с. 49].

На современном этапе отделы по связям с общественностью существуют во всех структурах государственной власти, которые нацелены, во-первых, на реализацию и формирование информационной политики, во-вторых, формирование и обеспечение имиджевой политики.

В зависимости от статуса и задач деятельности конкретной государственной структуры функции Public Relations могут различаться. Перечислим самые основные функции PR. Это информационная функция, осуществляемая государственными органами в контексте реализации стратегии и тактики управленческой деятельности и обеспечением их освещения в средствах массовой информации. Данная функция напрямую связана с аналитической функцией, который предполагает анализ конкретных событий и фактов, возникающих в ходе реализации государственной политики, оценку существующего общественного мнения, реакций, настроений общества на деятельность государственных структур. Не менее важна коммуникативная функция, которая предусматривает тиражирование и производство разной информации, и получение соответствующей обратной связи. Интегративная функция заключается в способности к консолидации общественного мнения, общественных интересов относительно общезначимых стратегических решений и действий. «Организационная функция включает в себя подготовку и проведение рекламных кампаний и так называемых специальных мероприятий на различных уровнях, соответствующих государственной структуре, деловых встреч, презентаций, выставок, конференций и т.д. С участием общественности, средств массовой информации и современных издательских технологий» [10, с. 58].

Организационная структура PR-подразделений государственных органов включает несколько подразделений. Пресс-служба выполняет информационную функцию, поддерживая постоянное взаимодействие со средствами массовой информации. Она распространяет аналитические материалы о деятельности государственных органов, продвигает их имидж и организует пресс-конференции, брифинги. Также в ее компетенции входит организация публичных выступлений руководства в СМИ и мониторинг СМИ, а также управление официальными веб-сайтами.

Отдел по связям с общественностью и работе с гражданами и представительскими отделами занимается формированием и реализацией имиджевой политики государственных структур через взаимодействие с другими органами государственной власти и партнерами. Кроме того, подразделения также включают редакционно-издательский, информационно- аналитический и технический отделы.

На сегодняшний день в Казахстане состоялись 15 международных PR- форумов, где в основном рассматриваются вопросы управления имиджем и репутацией страны, эффективным инструментам продвижения с учетом местной специфики, анализу мировых трендов международного PR рынка. Главная миссия этих мероприятий – создание свободного и открытого диалога среди журналистов, политиков и экспертного сообщества по основным вопросам геополитического, социального, культурного и экономического развития, как Казахстана, так и всего международного сообщества.

Тематику таких форумов можно назвать своего рода индикатором происходящих в обществе и в мире изменений и возникающих тенденций. Например, на XVI международном онлайн PR-форуме (28-29 октября 2020 г.), где на повестку дня были поставлены такие вопросы, как уроки карантина для PR-индустрии, а также коммуникации государства в период пандемии и кризиса [118].

Также в рамках одного из таких форумов в 2019 году (XVI Евразийский Медиа Форум) Президент Казахстана К.К. Токаев призвал международное медиасообщество серьезно заняться проблемами, которые несет цифровая реальность. Отсутствие у людей иммунитета к новым угрозам, деструктивное влияние интернета на подрастающее поколение, активное вмешательство технологий в выборы и политические процессы – все эти вопросы, по мнению Президента, требуют тщательного изучения. О необходимости осмысления новой цифровой реальности также высказался и Президент Армении Армен Саркисян, отметивший, что виртуальное пространство – это гораздо более широкое явление, нежели журналистика или передача информации, и оно все больше расширяет свое влияние на реальный, физический мир, став его неотъемлемой частью.

Медиа Форум не имеет аналогов на Евразийском пространстве, его актуальность и важность отметила В. Матвиенко, Председатель Совета Федерации России: «Евразийский Медиа Форум стал авторитетной международной диалоговой площадкой, где наряду с профессиональными вопросами медийной сферы обсуждаются фундаментальные темы, волнующие мировую общественность». Такой масштабный проект с участием видных политических деятелей, влиятельных международных журналистов, а также бизнес интеллигенции формирует имиджевую политику страны.

В Казахстане плодотворно функционирует Национальная Ассоциация по связям с общественностью Республики Казахстан (НАСО РК), которая системно проводит работу с государственными органами по поддержке PR отрасли. Данная организация была образована в 2001 году. Главная цель организации – развитие рынка связей с общественностью в нашей республике. Реализация озвученной на официальном сайте цели достигается следующими поставленными задачами: повышать и развивать PR услуги в Казахстане, защищать интересы членов организации. Национальная Ассоциация по связям с общественностью использует следующие методы: взаимодействие между PR агентствами и PR специалистами Казахстана; внедрение стандартов профессиональной этики; взаимодействие с государственными структурами, с бизнес-сообществом; продвижение интересов PR отрасли в государственных органах и средствах массовой информации; содействие в повышении квалификации PR специалистов Казахстана и имиджа отрасли [118]. Первый PR- форум состоялся в 2005 году. Участниками форумов являются лидеры общественного мнения, представители государственных структур, ведущие специалисты PR-отрасли, журналисты, представители бизнеса и другие. На форумах обсуждаются вопросы взаимодействия общества и государства. Приглашенные эксперты отмечают, что реакция со стороны общества на резонансные события имеют отклик, однако со стороны государственных структур нет решений на общественные мнения.

По мнению, Асель Карауловой, председателя НАСО РК, в период пандемии и кризиса многие думающие люди стали обращаться за информацией к официальным средствам массовой информации, так как интернет заполнен фейковыми новостями. Тенденция следующая: пользователи переходят в интернет-пространство. По результатам исследования Kantar Media Kazakhstan с 2014 по 2019 год наши граждане стали реже смотреть телевизор. 45% от всего времени, потраченного на средства массовой информации, приходится на традиционное телевидение и 40% на Интернет.

Наряду с НАСО активную деятельность осуществляют специалисты клуба «PR-шы». В университете ALMAU студенты проходят обучение по специальности «Связь с общественностью». Там же с 2015 года действует студенческий PR клуб.

На наш взгляд, уровень развития казахстанского PR на современном этапе уступает российскому (в России политический PR предшествовал бизнес PR), так как у нас наблюдается развитие бизнес PR, в то время как политический PR уступает и недостаточно эффективен. И связано это с тем, что для развития политического PR необходима демократизация общества, политическая конкуренция и выборность на всех уровнях. Относительно бизнес PR, то сегодня наблюдается спрос на специалистов в этой сфере, в частности, больше компаний открывают PR направления, так как положительная деловая репутация становится необходимым условием экономического успеха компании.

Экономические и политические реформы объективно формируют государство как основного заказчика PR услуг. По мере экономического развития страны государственная структура нуждается в пиар компаниях для поддержки и продвижения стратегий, программ и решений. Между тем, формирующееся гражданское общество также испытывает потребность в эффективных технологиях взаимодействия с органами власти. Поэтому и государство, и общество остро нуждается в соотнесении механизмов взаимодействия и коррелирующих действиях [119, с. 35].

Существует большая необходимость государственных органов в провидении активной политики страны, поэтому повсеместно образовываются отделы связи с общественностью и пресс службы.

В государственном менеджменте ведущими задачами политического РR являются:

– «информирование населения об обсуждаемых и новых принятых законах, постановлений правительства и решений акимов, оперативное, своевременное и регулярное информирование населения о деятельности главы государства, парламента, правительства и всех структур исполнительной власти;

– информирование руководства о прогнозируемой и существующей реакции общественности на проводимую и намечаемую политику государства;

– организация комплексных мер по формированию имиджа государства» [117, с. 52].

PR-деятельность в органах государственной власти направлена на решение следующих задач: установление, поддержание и расширение контактов с гражданами и общественными учреждениями; обязательное информирование общественности о принимаемых решениях; мониторинг общественного мнения; проведение анализа общественной реакции на деятельность должностных лиц и государственных органов в целом; формирование положительного имиджа государственного органа. PR-службы имеют значительный потенциал для обеспечения стабильности политической системы и устойчивого развития общества.

Рассмотрим пример пресс-службы Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. В этом органе главный эксперт по связям с общественностью является отдельной единицей и выполняет информационное и организационное обеспечение освещения деятельности Бюро в средствах массовой информации.

Пресс-служба Президента Республики Казахстан входит в структурное подразделение Администрации Президента Республики Казахстан и занимается прежде всего информационным, организационным обеспечением освещения деятельности Президента, организацией брифингов, пресс-конференций, интервью и встреч Главы Государства с представителями средств массовой информации. Также имиджевое и коммуникативное сопровождение информационного обеспечения деятельности Президента, с его участием в различных мероприятиях.

В Казахстане в разных государственных структурах есть службы связи с общественностью. Активно работает пресс-служба министерства внутренних дел Республики Казахстан, подчиненное непосредственно министру. Связано это прежде всего с тем, что у общественности деятельность МВД традиционно вызывает высокий интерес. Информация, связанная с деятельностью МВД обладает сильным асоциальным воздействием и имеет большую степень общественной значимости. Так как она легко воспринимается и понимается широкой аудиторией по сравнению с информацией политического или экономического содержания. Такой интерес закономерен и его можно легко объяснить. На постоянной основе подразделения по связям с общественностью помимо мониторинга общественного мнения и настроений, осуществляют и другую деятельность:

– организация взаимодействия со средствами массовой информации для реализации информационной политики;

– отражение в средствах массовой информации повседневной деятельности учреждений: решения и действия государственных организаций разъясняются публично;

– имиджевое продвижение государственных учреждений;

– подготовка брифингов и пресс-конференций по важным проблемам и вопросам деятельности учреждений;

– подготовка аналитических материалов;

– разработка докладов и выступлений в средствах массовой информации руководителей государственных структур.

Распространение аналитических материалов не только информирует общественность о текущей ситуации, но также способствует формированию общественного мнения по различным вопросам. Ориентирование на сформированное общественное мнение может упростить решение проблемы и придать ей общественную значимость. Например, государственные учреждения, ответственные за противодействие и предотвращение распространения коронавируса, осознавая высокий уровень риска в связи с текущей ситуацией, принимают решения на всех уровнях исполнительной власти о запуске медиакампаний с целью привлечения внимания граждан к данной проблеме и повышения их осведомленности и бдительности.

Подразделения органов государственной власти по связям с общественностью также проводят мониторинг средств массовой информации в целях отслеживания материалов СМИ. Реализуют комплекс мер по противодействию негативной информации СМИ в адрес организации: опровержение фальсифицированной информации об организации и формирование, размещение в СМИ грамотных комментариев относительно клеветнической информации. На общественное мнение сегодня оказывает большое влияние блогосфера (блоги, социальные сети, форумы). Активное взаимодействие с блогосферой обеспечивает быстрый мониторинг актуальных тенденций, общественных настроений и трендов. Оно также предоставляет возможность воздействовать на общественное мнение путем размещения в блогах мнений и комментариев с желаемой направленностью.

По мнению казахстанского исследователя Копежановой Д.Е.: «основными проблемами развития связей с общественностью в Казахстане являются: во-первых, PR не институализирован со стороны государства. Во-вторых, неэффективна деятельность РR служб в государственных структурах власти. В-третьих, не достаточный профессиональный уровень экспертов, осуществляющих деятельность в сфере связей с общественностью. В-четвертых, в нашей республике нет методологии обучения политическому РR, которая учитывала бы национальную и страновую специфику. В-пятых, PR-технологии сочетаются с использованием административного ресурса. В-шестых, не налажена коммуникация на уровне государственных структур со сформированным «казахомыслящим пространством». И наконец, только в периоды выборных кампаний PR службы государственных структур проявляют активность. Если сравнить с демократическими странами, то там PR службы осуществляют свою деятельность на систематической основе» [117, с. 53].

Благодаря цифровизации появились альтернативные каналы коммуникации, в частности так называемая диалоговая коммуникация, когда целевая аудитория не только потребляет в одностороннем порядке информацию, а дает обратную связь посредством социальных сетей и таким образом формирует общественное мнение.

В следующем параграфе диссертационного исследования рассмотрим интернет-технологии и их влияние на общественное мнение, и негативные последствия, связанные с возросшей активностью пользователей в социальных сетях, а также роль общественного мнения в эффективном управлении государством.

Таким образом, общественное мнение играет важную роль не только в принятии политических решений, но и в распространении политических идей. Демократическое управление требует двустороннего потока информации. Государству необходимо реагировать на запросы общественности, и гражданам необходимо адекватно реагировать на действия государственной власти. Таким образом, изменения в общественном мнении приводят к изменениям в политике, изменение политики приводит к последующему изменению общественного мнения.

Завершая рассмотрение данного параграфа, сформулируем следующие

выводы:

1. Общественное мнение формируется в публичном пространстве, где осуществляется взаимодействие между государством, гражданским обществом и бизнесом.

2. Эффективность государственной политики напрямую зависит количественных и качественных показателей субъектов, которые вовлечены в процесс принятия государственных решений. Технологическим аппаратом политического взаимодействия между государственной властью и различными социально-политическими группами для сохранения баланса интересов является общественной мнение, которое реализуется через технологию социального взаимодействия в медиа сфере.

3. Публичная сфера Казахстана характеризуется высоким уровнем администрирования со стороны государства, в ее функционировании недостаточно контролирующей роли гражданского общества. Децентрализация государственной власти есть главный приоритет административной реформы государственного управления страны. К сожалению, процесс демократизации местных исполнительных органов власти, а также участие граждан в принятии решений еще не завершен. Государственные структуры недостаточно чувствительны к общественному мнению, так как система не открыта, отсутствует оперативность реагирования на изменения внешних условий и коррективы в политику своевременно не вносятся. Чтобы минимизировать недовольства общественности деятельностью государства необходимо учитывать общественное мнение при принятии государственных решений, где основным регулятором должны быть общественные предпочтения. Оперативное реагирование государственных органов на запросы населения, использование современных технологий для эффективной коммуникации между государством и обществом даст возможность реализовать в Казахстане модель «слышащего государства».

* 1. Средства массовой информации и социальные сети как элемент механизма формирования общественного мнения

Одним из предметов исследования политической науки является взаимодействие и взаимоотношение политики со средствами массовой информации. Именно через информационный процесс происходит влияние средств массовой информации на политику. Политическая жизнь включалась в символическое информационное пространство по мере усиления такого влияния. Таким образом, происходила медиатизация политики.

Все что относится к записи, хранению и передаче информации является медиапространством и медийными технологиями, которые являются основным полем функционирования и существования информации. Вне общественных, политических, экономических, культурных контекстов не может существовать медийное пространство, так и социум не может функционировать без полного и свободного объема информации.

Следует заметить, что в диалектической взаимосвязи находятся средства массовой информации и информационное пространство. К примеру, именно информационное пространство определяет внешние условия для деятельности средств массовой информации. Однако само информационное пространство зачастую формируется под влиянием средств массовой информации.

На современном этапе информационное пространство становится сложной системой из-за возникновения многочисленных негосударственных средств массовой информации, из-за разного спектра идеологии и политических направлений. На взгляд доктора политических наук Алиярова Е.К., «воздействие СМИ на формирование информационного пространства происходит опосредованно: через создание в обществе определенной политической, интеллектуальной, духовной, нравственной атмосферы, которая выступает условием и средой протекания информационных процессов… На современном этапе цивилизационного и общественного развития все субъекты медиа пространства должны активно участвовать в процессе демократических преобразований, поскольку масс-медиа стали общепризнанным инструментом целенаправленного конструирования политических порядков. Роль СМИ важна в силу их воздействия на общественное сознание. «С помощью масс-медиа формируются демократические ценности, принципы и демократическая политическая культура, достигается национальная консолидация граждан, происходит приобщение к ценностям мирового порядка» [16, с. 10-11].

Итак, сегодня в медийное пространство входят внешние и внутренние информационные и коммуникационные каналы связи общества и государственных структур. В частности, к ним можно отнести такую систему средств массовой информации, как прессу, радиовещание, телевидение, естественно, Интернет. К внутренним каналам связи относятся собственные компьютерные сети, интерактивные базы данных, сайт и т.п.).

Следует отметить, что медийное пространство есть часть информационного пространства и представляет собой сферу распространения массовой информации, которая передается субъектами, наделенными обществом полномочиями и правами передачи информации. На сегодняшний день оно является многофункциональным политическим и социальным институтом, обладающим институциональным статусом политики с большим политическим и социальным потенциалом.

Современная политика со временем приобретает черты, характеризующие ее как медийную политику, поэтому с полным правом медийное пространство можно рассматривать как часть политического пространства. Важное значение для политической жизни приобретают массовые информационно- коммуникационные процессы, так как информация сегодня выступает как важный ресурс и предпосылка действий политических субъектов. Информация легко распространяется, повсеместно, что позволяет качественно взаимодействовать в политической сфере ради достижения определенных целей. В демократических и развитых странах использованием информационных ресурсов создается открытая коммуникативная площадка, по вопросам дальнейшего развития государства, в целях взаимодействия с гражданским обществом.

В передовых демократических странах с использованием информационных ресурсов создается коммуникативная площадка для взаимодействия с гражданским обществом по вопросам дальнейшего развития государства. Э. Тоффлер исследуя генезис власти, выделяет три ее типа: «власть низкого качества, которая опирается на силу, власть среднего качества, основанную на богатстве, наконец власть высшего качества, основанная на знании… В современном мире источником воспроизводства власти являются знания, которые снижают уровень бюрократизации и повышают эффективность государственного управления» [120, с. 27–56]. Таким образом, информационные системы управления и ресурсы в новом информационном обществе являются одним из важных ресурсов политической власти.

«Средства массовой информации в процессе медиатизации политики являются связующим звеном между обществом и государственной властью, так как между ними устанавливается диалектическое взаимовлияние и взаимосвязь. Новые условия для развития жизнедеятельности людей, для скорейшего технического и социально-политического прогресса, для возникновения новой разновидности – информатизации политической жизни – все это стало возможным благодаря возникновению современных информационных технологий» [16, с. 13].

В процессе медиатизации политики использование информационных технологий и деятельность политических институтов имеют как позитивные, так и негативные аспекты. С одной стороны, внедрение электронного правительства и возможность проведения общественно-политического мониторинга государственных структур являются положительными последствиями использования информационных технологий. Они способствуют улучшению доступа граждан к информации, повышению прозрачности и эффективности государственного управления.

Однако существуют и негативные стороны. Неконтролируемый распространение дезинформации, целенаправленная манипуляция общественным сознанием и пропаганда насилия являются серьезными проблемами, возникающими в результате использования информационных технологий. Ограничения свободы слова и контроль над средствами массовой информации также могут привести к негативным последствиям.

Поэтому важно уравновешивать использование информационных технологий и политическую деятельность, обеспечивая защиту свободы слова, борьбу с дезинформацией и манипуляцией, а также гарантируя прозрачность и ответственность в использовании информационных ресурсов.

Как мы продемонстрировали в предыдущих подразделах настоящей диссертационной работы, формирование общественного мнения и влияние на него является неотъемлемой частью деятельности государственных и квазигосударственных структур, для чего используются различные формы, каналы, технологии массовой коммуникации и взаимодействия с населением.

В современном мире соцсети и блогосфера прочно встроены в процесс публичной политики и могут быть признаны отдельной формой ее реализации. В них осуществляется обмен информацией между пользователями, в результате которого формируется общественное мнение, обеспечивается политический диалог в уникальной интерактивной среде. Также они могут способствовать принятию тех или иных решений в политической сфере [121, с. 207].

Российские ученые Гапич А.Э. и Лушников Д.А. считают, что «одной из закономерностей функционирования социальных сетей является доминирование слабых связей, то есть распространение информации через незнакомых или малознакомых людей [122, с. 81]. М. Грановеттер, профессор Стенфордского университета в своем труде «Сила слабых связей» провел исследование социальных сетей еще до появления электронных социальных сетей и показал возможности развития мобильности, которые открывают социальные сети. Исследователь пришел к следующему выводу: «информация и возможности передаются через слабые связи гораздо быстрее, чем через сильные, так как у людей со слабыми связями меньше общих контактов. Слабые связи напоминают мост, конца которого не видно и куда он может привести неизвестно» [124]. Таким образом идея ученого заключается в следующем: «от удаления слабой связи успешная передача ресурса в среднем пострадает сильнее чем от удаления сильной. То есть о широко распространяемой информации узнают большое количество людей именно через слабые связи, чем через сильные. Например, если распространить любую информацию среди своего окружения, а они в свою очередь дальше будут пускать слух, то многие услышат данную информацию по несколько раз, так как между ними достаточное количество общих знакомых и друзей. Поэтому данная информация будет распространяться только между знакомыми и друзьями и слух не сможет преодолеть «мосты», в конце концов распространение слуха будет спадать и притупляться» [124, с. 37]. Большинство социальных сетей характеризуются сильными связями, которые ограничивают их применение в рамках малых групп. Однако, именно через слабые связи формируется большое количество сторонников, способных быстро перейти к практическим действиям. Это является особенностью и преимуществом социальных сетей, но в то же время может быть и их недостатком.

Несмотря на то, что социальные сети зарекомендовали себя как эффективный инструмент как для обмена информацией, так и для формирования общественного мнения и даже для побуждения людей к определенным действиям, достижению тех или иных целей, однако нельзя забывать о существующих рисках, таких как дезинформация, а также манипуляции общественным мнением. Поэтому важно развивать механизмы контроля и защиты, чтобы социальные сети продолжали служить положительным инструментом для общественного развития и коммуникации. Дж. Най, американский исследователь, отмечает, что «проблема всех государств сегодня заключается в том, что все больше событий происходит вне контроля даже самых мощных из них» [125]. Дж. Най данную проблему связал с вопросами кибербезопасности во всем мире. «Частные лица и частные организации от корпораций и неправительственных организаций до террористов, таким образом, получили возможности играть непосредственную роль в мировой политике» [125, с. 78].

Увеличению количества пользователей Интернета способствует политическая и экономическая глобализация. Рассмотрим основные факторы в развитии глобальной сети. Первое: по показателям Digital на начало 2020 года Интернетом в мире пользовалось более четырех с половиной миллиарда людей, из них 3.8 миллиарда населения мира пользуются социальными сетями активно [126]. Как видим по статистике информационная среда глобализируется и в данной сфере активно развивается международное сотрудничество. Второе: большие перспективы и возможности применения Интернета для развития демократических ценностей открывает научно-технический прогресс. Так, во многих странах критерием обеспечения конституционных прав и свобод является доступность Интернета. В формировании общественного мнения и влиянии на политику государства имеют общественные институты, которые создаются на виртуальной площадке.

Выражение «виртуальная реальность» происходит от латинского слова, означающего «мнимый» или «воображаемый», и впервые было введено в научный оборот исследователями Массачусетского технологического института в 1970-х годах [127]. Изначально оно относилось к трехмерным компьютерным моделям. В контексте интернет-социальных сетей это понятие стало использоваться позже. В современном понимании виртуальная реальность представляет собой иллюзорную трехмерную среду, созданную с помощью информационно-коммуникационных технологий, где человек может взаимодействовать с различными объектами, а основу составляют логические, языковые и информационные структуры. Позднее появился термин «киберпространство», который описывает компьютерную модель иллюзорного субъективного присутствия в этой среде.

По мнению профессора Е.К. Алиярова, реформировать политическую систему и ее информационную составляющую необходимо начинать с разработки концепции государственной информационной политики, которая станет теоретико-методологической основой для дальнейших трансформаций [16, с. 32].

Как известно, государственная политика является одним из основополагающих инструментов политического управления. Именно в ней заключается содержание и смысл процессов управления. Важно, что государственная политика не исключает минимизации государственного регулирования в той или иной сфере. В свою очередь, вопросы по реализации государственной политики входят в компетенцию органов государственной власти, которая на основе действующего законодательства и оценки состояния сферы ведения исполнительной власти и ее подсистем принимает управленческие решения.

Поскольку именно информация является основным ресурсом для развития общества и государства, а информационные процессы составляют важную часть всех внутриполитических и внешнеполитических процессов функционирования страны, государственная информационная политика состоит из комплекса целей, отражающих прежде всего в информационной сфере национальные интересы, а также комплексную стратегию управления и методы их реализации, разрабатываемых государством для регулирования информационного взаимодействия между государственной властью и обществом. В настоящее время в Казахстане еще не принята единая концепция государственной информационной политики. Казахстанское информационное законодательство находится в стадии активного развития. На данный момент в Казахстане руководство в сфере информации осуществляет Министерство информации и общественного развития Республики Казахстан, в задачи которого входят обеспечение взаимодействия государства и гражданского общества, модернизация общественного сознания и государственное регулирование молодежной и семейной политики. История трансформаций министерства представлена в таблице 3

Таблица 3 – Хронология реорганизации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан с 1991 года по 2020 год

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Годы существования** | **Название Министерства** | **Ф.И.О.**  **министра** |
| 1 | Август 1991 - Январь 1993 г. | Министерство печати и информации Республики Казахстан | Испытуемый 1 |
| 2 | Январь 1993 – октябрь 1995г. | Министерство печати и массовой информации Республики Казахстан | Испытуемый 2 |
| 3 | Октябрь 1995- октябрь 1997 г. | Национальное агентство по делам печати и информации |
| 4 | Октябрь 1997- январь 1999 г. | Министерство информации и общественного согласия РК |
| 5 | Январь 1999 – май 2001 г. | Министерство культуры, информации и общественного согласия РК |
| 6 | Май 2001 – сентябрь 2003г. | Министерство культуры, информации и общественного согласия РК | Испытуемый 3 |
| 7 | Сентябрь 2003- июль 2004 г. | Министерство информации Республики Казахстан | Испытуемый 4 |
| 8 | Июль 2004 – сентябрь 2004 г. | Министерство информации Республики Казахстан | Испытуемый 5 |
| 9 | Сентябрь 2004- январь 2006г. | Министерство культуры, информации и спорта Республики Казахстан | Испытуемый 6 |
| 10 | Январь 2006 – май 2008г. | Министерство культуры, информации и спорта Республики Казахстан | Испытуемый 7 |
| 11 | Май 2008 – март 2010г. | Министерство культуры и информации Республики Казахстан | Испытуемый 8 |
| 12 | Март 2010 –январь 2012г. | Министерство связи и информации Республики Казахстан | Испытуемый 9 |
| 13 | Январь 2012- январь 2013г. | Министерство культуры и информации Республики Казахстан | Испытуемый 10 |
| 14 | Январь 2013 – март 2014г. | Министерство культуры и информации Республики Казахстан | Испытуемый 11 |
| 15 | Март 2014 май 2015г. | Агентство Республики Казахстан по связи и информации | Испытуемый 12 |
| 16 | Май 2015-май 2016г. | Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан | Испытуемый 13 |
| 17 | Сентябрь 2016-апрель 2018г. | Министерство по делам религий и гражданского общества Республики Казахстан | Испытуемый 14 |
| 18 | Май 2016 – Февраль 2019г. | Министерство информации и коммуникации Республики Казахстан | Испытуемый 15 |
| 19 | Апрель 2018- июнь 2018г. | Министерство по делам религий и гражданского общества Республики Казахстан | Испытуемый 16 |
| 20 | Июнь 2018- Февраль 2019г. | Министерство по делам общественного развития Республики Казахстан | Испытуемый 17 |
| 21 | Февраль 2019 – май 2020г. | Министерство информации и общественного развития Республики Казахстан | Испытуемый 18 |
| 22 | Май 2020 – январь 2022г. | Министерство информации и общественного развития Республики Казахстан | Испытуемый 19 |

Примечание: составлено по источнику [128]

В таблице 3 показано, что с 1995 по 1997 года функционировало Национальное агентство по делам печати и информации, а с марта 2014 года по май 2015 год Агентство Республики Казахстан по связи и информации, которые не входили в состав Правительства, что характеризовало эти органы как недостаточно авторитетные. С января 1999 года по сентябрь 2003 год, с сентября 2004 по март 2010 год, с января 2012 по март 2014 год министерство информации курировало и вопросы культуры. Конечно, реорганизация министерства, как правило, должна происходить с учетом текущего положения дел. Однако анализ таблицы 3 показывает, что данное министерство было реорганизовано за 29 лет 11 раз. В феврале 2019 года по указу Президента были реорганизованы Министерство общественного развития Республики Казахстан и Министерство оборонной и аэрокосмической промышленности. В частности, первый был преобразован в Министерство информации и общественного согласия с передачей ему функций и полномочий в сфере информации от Министерства информации и коммуникации Республики Казахстан; второй был преобразован в Министерство цифрового развития, оборонной и аэрокосмической промышленности с передачей ему полномочий в сфере «электронного правительства», связи и информатизации от Министерства информации и коммуникации Республики Казахстан. Частые реорганизации и связанные с этим перестановки кадров, на наш взгляд, приводят к нарушению принципа ответственности за последствия принимаемых решений и снижению эффективности данного исполнительного органа.

Из открытых источников нами было установлено, что с 1991 года и по настоящее время во главе рассматриваемого нами министерства (1995 по 1997 год, с марта 2014 года по май 2015 год – Агентство) были министры со следующим базовым образованием: специальность «журналистика» – 5 раз, «специальность «история» – 3 раза, специальность радиосвязь, радиовещание и телевидение» – 1 раз, специальность «машины и технология переработки полимеров в изделия и детали», «инженер-экономист» – 1 раз, специальность «международное право» – 1 раз, учитель русского языка и литературы – 1 раз. Действующий министр информации и общественного развития Республики Казахстан Испытуемый 20. по базовому образованию является специалистом по международным отношениям. С момента образования и по настоящее время министры менялись 20 раз.

Обратимся к международному опыту формирования министерства, отвечающего за информационную политику государства. Лидером в области развития информационно-коммуникативных технологий и электронного правительства является Сингапур. Отвечает за информационно- коммуникативные технологии, средства массовой информации и дизайн, обеспечение кибербезопасности, библиотеки, за государственную политику в области информации и коммуникации с общественностью Министерство связи и информации. С 1959 по 1980 годы функционировало Министерство культуры, которое курировало средства массовой информации. В 1985 году было создано Министерство связи и информации. В 1990 году данное министерство было преобразовано в Министерство информации и искусств. 23 ноября 2001 года министерство было реорганизовано в Министерство информации, связи и искусств, а с 1 ноября 2012 года и по настоящее время данное министерство носит название Министерство связи и информатизации. Интересно, что за 35 лет, с 1985 года и по настоящее время, министры назначались всего 9 раз [128].

Следует также отметить, что в 1999 году в Сингапуре было создано Агентство по развитию информационно-коммуникативных технологий, возглавляемое Премьер-Министром, которое было наделено большими полномочиями по разработке и реализации электронного правительства [120, с. 669]. Последовательная и целенаправленная деятельность правительства и министерства связи и информатизации привело к тому, обеспечило Сингапуру второе место в мире по уровню цифровой конкурентоспособности по версии Института менеджмента, который ежегодно проводит рейтинг глобальной конкурентоспособности стран мира [129, c.58].

Таким образом, на наш взгляд, нашему государству необходимо глубокое изучение передового международного опыта государственной политики в области информации и коммуникации с общественностью, совершенствование электронного правительства, взаимодействия со средствами массовой информации, формирования профессионального правительства и повышения эффективности государственных органов. Опыт Сингапура по развитию электронного правительства и взаимодействию государства с гражданским обществом показывает, что многое зависит от целенаправленной и последовательной политики государства в этой сфере. Требуется значительная координация на всех уровнях государственного управления и поддержки со стороны органов государственной власти так и гражданского общества.

23 ноября 2015 года аналитическая группа «Кипр» провела экспертное обсуждение на тему «Информационная политика Казахстана в новых условиях», где были обсуждены концептуальные основы информационной политики страны с целью выявления и решения системных проблем в информационной политике государства и разработке предложений эффективного взаимодействия государства и общества в информационной сфере. В ходе экспертного обсуждения были выявлены проблемы и ошибки в информационной политике государства и предложены следующие рекомендации: во-первых, государственная информационная политика должна участвовать в развитии медиа отрасли, чтобы защитить собственное информационное поле; во-вторых, государство должно создать условия для развития плюралистических средств массовой информации; в-третьих, развивать интернет журналистику, усиливать информационную политику по всем направлениям, создавать качественный казахоязычный контент, усилить самоконтроль и самоцензуру негосударственных средств массовой информации; в-четвертых, необходимо обучение населения основам медийной информационной грамотности; в-пятых, повысить эффективность коммуникаций, обратной связи между государством, гражданским обществом и средствами массовой информации [131]. По прошествии определенного времени можно констатировать, что выявленные проблемы так и остаются в повестке дня, как требующие своего разрешения. Конечно, есть определенные сдвиги, нельзя утверждать, что ничего не делается. Так, со временем наблюдается усиление казахоязычного контента, возрастание его востребованности и популярности; многократно возросла роль интернет-журналистики. На сегодняшний день многие печатные СМИ прекратили свою деятельность, или переместились в виртуальное пространство: огромную аудиторию имеют такие новостные сайты, как Tengrynews, Zakon.kz и другие. В рассматриваемый нами период – 29 лет, в этой сфере было принято 3 Закона: «О средствах массовой информации» в 1999г; «О телерадиовещании» в … Последний по времени Закон «О масс-медиа» был подписан Главой государства в 19 июня 2024г. В новый Закон вошли основные положения предыдущих Законов, которые были признаны утратившими силу. В Законе предусмотрен ряд новых положений:

– введено более широкое понятие «масс-медиа», которое включило в себя интернет-ресурсы;

– предусмотрено создание Единой медиаплатформы, посредством которой будет реализовываться Государственная информационная политика;

– установлены дополнительные правовые гарантии для журналистов, введено понятие «особый статус журналиста», предусматривающий защиту его прав и свобод;

– установлен срок исковой давности в виде 1 года со дня опубликования;

– усовершенствованы механизмы финансирования путем внедрения грантового финансирования;

– в целях защиты национального телерадиовещания увеличен объем отечественных программ на государственном языке с 50 до 60 процентов с поэтапным вводом;

– снижен с 20 до 10 процентов объем ретрансляции иностранных программ;

– предусмотрено создание общественно-профессиональных советов и разработка Этического кодекса журналистов;

– установлен запрет на распространение и размещение информации, пропагандирующей суицид.

Необходимо отметить, что в промежутках между принятием Законов их тексты постоянно дорабатывались и дополнялись в виде бесчисленных поправок, которые инициировались независимыми журналистами и направлялись на рассмотрение в Мажилис РК. Конечно, не все предложения принимались и утверждались.

Таким образом, в рассматриваемый период, несмотря на организационные и кадровые пертурбации госоргана, отвечающего за информационную работу, происходила трансформация и поступательное развитие идеологической сферы, работы масс-медиа.

Кроме ретроспективного анализа реформирования государственного органа, отвечающего за информационную, идеологическую работу на протяжении длительного времени нами было осуществлено глубинное интервью со специалистом профильного государственного органа, представителем сферы журналистики, профессором, доктором философских наук, членом Национальной комиссии по делам женщин и семейной демографической политики при Президенте РК (Приложение А).

В рамках проведенного дискурса закономерно возникает вопрос о факторах, влияющих на общественное мнение. Таких факторов несколько, их можно классифицировать как политические, социальные, экономические, культурные и медийные. Рассмотрим каждый из этих факторов более подробно.

1. Политические факторы:

– Государственная политика: Законы и Указы Президента, официальные решения, программы и действия правительства существенно влияют на восприятие и социальное самочувствие граждан. Политическая стабильность и репутация власти также играют значительную роль в формировании общественного мнения.

– Выборные процессы: Избирательные кампании, выборы и их результаты становятся важными событиями, формирующими общественное мнение, так как они отражают предпочтения населения и могут как укрепить, так и подорвать доверие к власти.

– Политические партии и движения: Их идеологии и программы, харизматичность лидеров, а также стратегии коммуникации с населением значительно влияют на мнение граждан, осуществляя определенное воздействие на электорат.

2. Социальные факторы:

– Социальные группы: Наличие различных социальных групп (по интересам, профессии, возрасту, полу и т.д.) приводит к разнообразию мнений, которые могут конкурировать друг с другом. Эти страты оказывают влияние на общественное восприятие через взаимодействия: контакты, дискуссии, встречи.

– Образование: Интеллект, уровень образовательной подготовки населения играет важную роль в формировании общественного мнения, так как более образованные люди, как правило, имеют больший доступ к информации и способны критически оценивать происходящие события.

3. Экономические факторы:

– Экономическая ситуация: Уровень жизни, безработица, инфляция и другие экономические показатели существенно влияют на настроение и самочувствие граждан. Нерешаемые экономические проблемы могут вызывать недовольство и протестные настроения.

– Социальные услуги и благосостояние: Программы социальной поддержки и доступность базовых услуг также влияют на мнение граждан касаемо правительства и его политик.

4. Культурные факторы:

– Культурные традиции: Исторический контекст, социо-культурные нормы и традиции определяют ценности и установки населения, что оказывает влияние на формирование общественного мнения. Например, в разных культурах могут по-разному восприниматься такие понятия, как свобода слова или права человека.

– Идентичность: Этническая, религиозная и национальная идентичность могут быть мощными факторами, формирующими мнения и взгляды граждан, в особенности в многонациональных и многоконфессиональных обществах.

5. Медийные факторы:

– Средства массовой информации: СМИ играют ключевую роль в формировании общественного мнения через освещение событий, анализ ситуации и создание повестки дня. В эпоху цифровых технологий влияние интернета и социальных сетей значительно возросло, обеспечивая более широкий доступ к информации и возможность взаимодействия.

– Пропаганда и реклама: Целенаправленная манипуляция общественным мнением посредством информационных кампаний и рекламы может оказать значительное влияние на восприятие определенных тем или политиков.

Таким образом, общественное мнение является динамичным и многогранным явлением, на которое воздействует целый ряд взаимосвязанных факторов. Понимание этих факторов имеет решающее значение для разработки стратегий коммуникации и формирования эффективной политики в условиях современного общества. В современном, информационном мире взаимодействие государства и общества происходит в коммуникационном, публичном пространстве. Средства массовой информации создают публичный образ власти и посредством пиар-технологий транслирует ее образ, интерпретирует решения и принципы деятельности государственных организаций, так происходит взаимодействие с обществом Политика государства, как известно, закреплена в Основном законе. Последние изменения Конституции не касались основных прав и свобод человека, к которым относится и свобода слова.

Можно констатировать, что совершенствование политики идет перманентно, на системной основе и выражается в изменениях законодательства. Подтверждением тому является целый ряд статей законопроектов «О масс-медиа», об онлайн-платформах и интернет-рекламе, о доступе к информации, направленных на укрепление свободы слова и поддержке отечественных СМИ.

Министерством информации и культуры РК была создана медиа школа «Medialab», которая проводит обучающие тренинги для журналистов пресс-секретарей и блогеров.

Необходимо продолжить проводимую работу, усиливая открытые площадки для дискуссий и вовлечения граждан к обсуждению, будировать активность самих государственных органов, а также акцентировать внимание на усиление внутреннего медиа рынка, поднимать роль и активность институтов саморегуляции. Государственная информационная поддержка содержит ряд важных инструментов, начиная от внедрения новых инициатив в законодательство, государственного информационного заказа, а также повышения квалификации представителей СМИ.

В настоящее время происходит полномасштабная цифровизация в сфере СМИ, в том числе благодаря принимаемым государством мерам. Наглядным примером является как мировой, так и отечественный тренд телеграмм-каналов, инфлюенсеров, вайнеров и других новых цифровых профессий. Цифровые платформы стимулируют развитие конвергентной журналистики. Государственные органы и подконтрольные СМИ принимает все меры для соответствия внутреннего информационного пространства последним цифровым трендам.

Ведётся работа по комплексному развитию и улучшению состояния медиасферы. На основе передового международного опыта, рекомендаций международных организаций и представителей медиа отрасли был разработан закон "О масс-медиа", о котором говорилось выше. При разработке законопроекта учитывались интересы государства, запросы общества, тенденции развития медиасферы.

Одной из важных статей нового Закона является реформирование механизмов финансирования государственной информационной политики. За последние годы, в целях обеспечения эффективности проводится работа по поэтапному выведению государственного информационного заказа из системы государственных закупок, путем перехода на грантовое финансирование. Данное нововведение подразумевает переход от тарифов к сметам, дебюрократизацию организационных и коммуникационных вопросов, индивидуальный подход и учёт творческой составляющей каждого участника медиа сферы.

В информационном обществе взаимодействие государства и общества происходит в коммуникационном, публичном пространстве. Средства массовой информации создают публичный образ власти и посредством пиар-технологий транслируется ее образ, интерпретируются решения и принципы деятельности государственных организаций, происходит взаимодействие с обществом.

Проанализируем понятие «образ власти», которое получило в последнее время широкое распространение в политологической науке. По мнению российского исследователя Н.А. Романовича ожидания и представления граждан, о выполняемых функциях власти, о ее структурных характеристиках и есть образ власти. В соответствии с общественным запросом власть выстраивает свою политику [132, с. 136]. То есть «образ власти» является результатом социальной коммуникации и формируется в процессе взаимодействия субъектов публичной власти.

Анализируя понятие «образ власти», российский эксперт Ю.В.Бурова приходит к следующему заключению: «образ власти необходимо рассматривать как продукт социальной или публичной коммуникации, аккумулирующий знаковое или визуальное выражение и эмоциональное восприятие субъектов публичной коммуникации… Власть, будучи в первую очередь субъектом управления, воздействует на общество при помощи информационных ресурсов» [132, с. 137].

К сожалению, в политологической науке Казахстана недостаточно исследований посвящено политическим сетям. Мы считаем, что причиной этого является недостаточное развитие политических сетей в самой стране, то есть ограниченность объекта анализа. Однако в условиях глобализации политические связи между акторами, участвующими в государственном управлении, становятся все более сложными. Этому свидетельствует повышенная роль гражданского общества в политике и привлечение экспертного сообщества к разработке политических решений в Казахстане. В таком контексте социальные сети играют важную роль в формировании и реализации публичной политики взаимодействия государственных структур и гражданского общества.

Необходимо отметить, что сущность сети заключается во взаимных связях. Важные факторы в построении и поддержании сетей политических: стабильность связей и их взаимозависимость. Согласно Джонатану Дэвису, «наличие сетевого взаимодействия свидетельствует о наличии сетевого управления» [133, с. 416].

В современной эпохе роль и значение средств массовой информации претерпели изменения. В настоящее время они выполняют две важные функции: информирование общества и служат механизмом контроля обществом за деятельностью власти.

С использованием современных технических средств средства массовой информации оказывают значительное влияние на восприятие политических событий среди населения. С помощью компьютерных технологий и глобальной сети создаются скрытые воздействия на индивидуальное и коллективное сознание. Обычно именно средства массовой информации занимаются мониторингом политической активности или пассивности населения. Поэтому они являются важным инструментом манипуляции общественным сознанием. Распространенные методы воздействия на сознание индивида включают клевету, фальсификацию фактов, умалчивание о важных событиях и распространение ложной информации.

Возникает проблема возможности манипулирования сознанием и кодирования информации. По словам Э. Тоффлера, «индивидуум начинает получать все большее количество закодированных, заранее подготовленных сообщений» [134, с. 25].

Вместе с сетевыми и традиционными электронными инструментами, указанные сообщения используются благодаря применению информационных технологий. По мнению российского ученого С.Г. Кара-Мурзы, манипуляция сознанием заключается в «программировании мнений и направлении масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить определенное поведение, которое необходимо тем, кто обладает средствами манипуляции... Таким образом, манипуляция является способом доминирования через духовное воздействие на людей путем программирования их поведения».

Таким образом, с использованием информационных технологий осуществляется манипуляция сознанием, которая направлена на формирование определенных убеждений, настроений и поведения у масс. Это происходит путем контроля над информацией и духовным воздействием на людей, с целью достижения определенных интересов у тех, кто обладает средствами манипуляции [135, с. 246].

Безусловно, для достижения своих целей современные политические технологи продуктивно используют законы массовой психологии, чтобы убедить граждан принять определенную позицию, выгодную для них. Одним из основных методов, применяемых средствами массовой информации в антидемократических политических системах, является манипулирование общественным сознанием. Тем не менее, стоит отметить, что даже в современных западных демократических государствах такие методы используются в избирательных кампаниях. Именно через средства массовой информации избиратели получают информацию о политических партиях, кандидатах на должность президента или в парламент. Качественно организованная реклама во время избирательной кампании затрудняет объективную оценку политических позиций и реальных качеств кандидатов в плане морали, нравственности и профессионализма. Поэтому решения и действия политических технологов оказывают подсознательное влияние на выборы граждан. Ученый С.Г. Кара-Мурза полагает, что даже явная ложь, представленная через телевизионный экран, не вызывает автоматической тревоги у зрителя, так как его психологическая защита отключена [135, с. 249].

События, произошедшие в США в ноябре 2020 года после президентских выборов, ярко демонстрируют влияние глобальных социальных сетей на формирование общественного мнения. В данном контексте, владельцы таких платформ, как YouTube, Facebook, Twitter, Snapchat и Instagram, удалены твиты, видео и сообщения президента Дональда Трампа, а также заблокированы его аккаунты [136]. Владельцы социальных сетей оправдывали свои действия обвинениями в использовании Трампом своих аккаунтов для распространения ложной информации, призывов к беспорядкам и насилию. Значительное напряжение в отношениях между Дональдом Трампом и средствами массовой информации наблюдалось с 2016 года [136]. Трамп обвинял Google в применении политики двойных стандартов, считая, что компания дискриминировала средства массовой информации, которые выражали лояльность к нему, формируя негативное представление о его личности и дискредитируя его перед обществом.

В мае 2020 года крупные интернет-компании, такие как Google, Twitter, Facebook и Amazon, явно выступили против Дональда Трампа после подписания указа о регулировании их деятельности.

По мнению Д. Трампа: «Gооglе, Тwittеr, Fаcеbооk ограничивают права граждан на получение достоверной информации, так как данные компании утаивают, «заглушают голоса консерваторов» [138].

На формирование общественного мнения имеют большое влияние корпорации Micrоsоft, YоuTubе, Fаcеbооk, Аррlе, им принадлежит одна треть глобального трафика. Как показали события «войны» Д.Трампа с интернет-холдингами, даже в демократических политических системах социальные сети являются важными инструментами контроля и регулирования общественного мнения в политической конкуренции. Изучая опыт западных стран, мы приходим к выводу, что существует объективная необходимость в развитии альтернативных социальных сетей, развитие государственных интернет-платформ. Необходимо также осуществлять контроль над Интернетом и осуществлять правовое регулирование данной сферы.

Конечно, интернет предоставляет широкие возможности, как гражданам, так и государственным органам управления получать любую информацию и на основе данного факта формировать индивидуальный образ мышления. Именно поэтому Л. Туроу писал: Современные технологии развивают радикальный индивидуализм» [138, с. 107]. То есть по индивидуальному усмотрению получение социальной и политической информации может производиться выборочно. Гражданин может независимо от окружающих его людей, государственных структур, высказывать свои мысли и идеи, находя при этом единомышленников. Именно таким образом возникают сетевые сообщества, способные воздействовать на политическую сферу общества. Усиливает политизацию государства то, что с развитием информатизации вовлекаются в сферу политики отдельные социальные страты, которые изначально были оторваны от политической жизни государства.

Мы приходим к следующим выводам: информация и процессы информационного обеспечения играют важную роль в функционировании политической системы и принятии решений на всех уровнях. Современные информационные технологии влияют на работу государственных органов, а также на социальные и политические институты. Они проникают в различные сферы управления, обеспечивая новые возможности и вызывая изменения в подходах к управлению. В этой связи эффективное использование информационных технологий становится необходимым условием для достижения успеха в политике и принятии эффективных решений. Внедрение современных информационных технологий в политические процессы позволяет улучшить доступ к информации, ускорить передачу и обработку данных, обеспечить более точный анализ и прогнозирование событий. Однако при этом также возникают вопросы безопасности, этики и конфиденциальности данных, которые необходимо учитывать и регулировать для обеспечения надежного функционирования информационных систем. В целом, информационные технологии становятся неотъемлемой частью современной политической практики, требующей постоянного развития и адаптации к изменяющимся условиям.

В современном Казахстане демократические процессы охватывают различные стороны жизнедеятельности общества, в том числе и информационную сферу. В республике происходит активное формирование демократического информационного пространства, основными принципами которого служат принципы свободы слова, гласности, плюрализма, независимости. Влияние процесса информатизации на политику выражается в расширении свобод, участии в политической жизни, децентрализации власти. С другой стороны, анализ зарубежного опыта применения информационной технологии в политической сфере показывает и негативные моменты: определенное снижение свобод, бюрократизация, усиление контроля над жизнедеятельностью отдельных граждан, усиление государственной власти, некоторые исследователи утверждают, что без сильного контроля над общественно-политическими процессами будет сложно проводить демократические реформы и создавать информационное общество [16, с. 122].

Современные средства массовой информации стали полем активной политической конкуренции и борьбы. Они играют важную роль в формировании общественного мнения и участвуют в политических процессах, что объясняет их прозвище «четвертая власть». Медиа оказывают влияние на общественность не только во время избирательных кампаний, но и в повседневной жизни. Одним из распространенных методов манипуляции является формирование ценностных установок у общества и контроль над распространением или утаиванием информации, которая может быть неудобной для определенных интересов. Большинство средств массовой информации не всегда являются объективными, поскольку они зачастую принадлежат определенным бизнес- и политическим структурам, а сами журналисты могут быть подвержены своим индивидуальным и психологическим особенностям, влияющим на представление информации. Средства массовой информации становятся важным источником информации о внутренней и внешней политике, деятельности правительственных институтов, их ветвей и других сферах власти. Однако информация, получаемая через медиа, часто не проверяется на достоверность, и это может приводить к формированию ассоциативных стереотипов, ценностей, установок и поведенческих шаблонов в сознании индивидов. В последние десятилетия с развитием интернета происходит трансформация медиасистемы, с традиционных средств массовой информации (радио, телевидение, газеты) к цифровым форматам. Современные информационно-коммуникационные технологии оказывают значительное влияние на распространение, хранение, доставку и доступ к информации, изменяя ландшафт медиа.

Современным глобальным трендом развития общества является взаимосвязанность мира, которая способствует формированию так называемого виртуального гражданина. За право обладания монополией на выражение общественного мнения наряду с традиционными институтами гражданского общества выступают новые сетевые институты. Веб технологии используются пользователями в процессе общения, у большинства пользователей Интернета есть блоги, сообщества, дневники, новости, что позволяет им формировать и быть деятельным в социальной сети. Поэтому для научного сообщества распространение социальных сетей, их роль и значение представляют большой интерес.

На сегодняшний день один из важных вопросов: существует ли в Казнете блогеры и журналисты, которые могут оказывать влияние на общественное мнение. Блоги – это уникальный формат для каждого человека, имеющего доступ в Интернет, который создает равные возможности для самовыражения. В переводе с английского языка слово «blog» означает «дневник событий» или «сетевой журнал». Это веб сайт, куда регулярно добавляются записи (посты), содержащие текст, изображения и мультимедиа. Блог – это «личный сайт пользователя, доступный общественному просмотру и состоящий из регулярно обновляемых записей, изображений и мультимедиа. Предполагает публичную полемику читателя с автором» [140]. Если говорить о Казахстане, то в нашей стране блогосфера также динамично развивается, однако, по мнению Э. Полетаева, ей присуща «некая вторичность по сравнению, например, с российской. Не говоря уже об англоязычной блогосфере», а кроме того, отсутствует влияние на власти даже на уровне какого-либо конкретного города. Кроме того, он отмечает, что без высокого уровня свободы слова развитие блогосферы и ее превращение в серьезную силу невозможно [141].

В настоящее время многие блоги превратились из простых онлайн- дневников в одни из самых популярных интернет-ресурсов. Они играют важную роль в формировании информационной повестки дня для традиционных СМИ. Блоги соответствуют всем требованиям сетевых медиа: они оперативны, интерактивны, и часто предлагают эксклюзивную информацию. Кроме того, такие ресурсы обычно модерируются людьми, не заинтересованными в коммерческой выгоде, что повышает доверие читателей. Важным элементом блогосферы являются тематические сообщества, объединяющие людей с общими интересами и целями. Дополнительно следует отметить, что блоги предоставляют возможность широкой аудитории высказывать свои мнения и делиться информацией. Они становятся площадкой для обмена идеями, дискуссий и создания сообществ с различными взглядами и мнениями. Блогеры могут выступать в роли экспертов, комментаторов или активистов, формируя общественное мнение и влияя на обсуждение важных тем. Блоги также позволяют пользователям получать персонализированную информацию, выбирая темы и авторов, которые интересны их собственным предпочтениям. Это способствует разнообразию и плюрализму в информационном пространстве. Таким образом, блогосфера принимает участие в формировании общественного мнения, информация в этой сфере доступна для общественности, взаимодействие между медиа и аудиторией осуществляется свободно и практически ничем не ограничивается. Публичность определенных событий выходит на новый уровень. Влияние «произведений» гражданских журналистов на сознание людей весьма велико. Однако в отечественной научной среде практически отсутствуют исследования о влиянии гражданских журналистов на формирование общественного мнения.

Тенденции в медиапространстве Казахстана заметно сказываются на взаимодействии государства и общества, тем самым определяя повестку дня государственных органов. В целях определения основных направлений информационной работы и формы подачи государственной информации необходим постоянный мониторинг изменений медиа-предпочтений казахстанцев. Поэтому, на наш взгляд, необходимо актуализировать научные исследования основных медиа-трендов и медиа-предпочтений казахстанцев. Выявить особенности медиа-потребления (предпочитаемые медиа ресурсы, язык предоставления информации, частота использования и пр.). Оценить уровень доверия населения к отечественным медиа ресурсам. Выявить факторы, препятствующие развитию отечественного медиа рынка. Данные исследования необходимы для достижения более позитивных социально-экономических изменений и объективной оценки проводимых государственных реформ в социальных, экономических, правовых и политических сферах.

На современном этапе наблюдается устойчивая тенденция зависимости электронных средств коммуникации от государственных структур, это относится и к демократическим странам. Часть властных функций реализуют средства массовой коммуникации, так как они являются очень действенным механизмом, посредством которого осуществляется взаимосвязь политической власти с обществом. «Безусловно, в информационном обществе открыто обсуждаются и принимаются важнейшие политические решения. Также, принятые решения должны выполняться в обязательном порядке при условии создания доверительных отношений между властью и обществом. Поэтому, в ближайшей перспективе, демократическая инфраструктура общества, основанная на новых информационных технологиях, реально позволит модернизировать государство» [16, с. 126].

По нашему мнению, эффективность социально-политической деятельности общества зависит от открытости информационных технологий для пользования всеми гражданами. Сегодня прозрачность и доступность информации есть главная социально-политическая проблема в условиях информатизации общества. Свобода мнений возможна только, если доступ к информации будет обеспечен различными политическими институтами и органами власти.

Следует заметить, что вопросы развития демократии и контроль над обществом наиболее актуальны в процессе развития и применения в государственной практике информационных технологий. Связано это, прежде всего с тем, что государство имеет и возможности, и ресурсы для приобретения передовых информационных технологий и использования их для контроля, как над группами людей, так и над отдельными личностями. Такие возможности есть и у транснациональных корпораций и транснационального бизнеса. Известный ученый Э. Тоффлер относительно данного вопроса писал: «появляются новые способы манипуляции с компьютеризованной информацией, по сравнению с которыми прежняя информатика, применявшаяся политиками и бюрократами, выглядит грубой работой» [120, с. 42]. Навязать культурные ценности, подчинить или вытеснить национальное телевидение, радио и кинематографию, могут государства, которые владеют новейшими информационными технологиями.

Средства массовой информации взаимодействуют практически со всеми институтами политической системы общества. Они являются важными подсистемами политической системы, поэтому они призваны формировать позитивный международный имидж и общественное мнение о властных структурах.

В завершение настоящего параграфа отметим те недостатки, которые, на наш взгляд, снижают эффективность государственной информационной политики в Казахстане. Во-первых, частые реорганизации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан (за 29 лет 11 раз) и связанные с этим перестановки кадров приводят к нарушению принципа ответственности за последствия принимаемых решений и снижению эффективности данного исполнительного органа. Во-вторых, отсутствие должной координации и системности в работе государственных органов по созданию эффективной коммуникации, обратной связи между государственными органами, гражданским обществом и средствами массовой информации. В-третьих, не налажена должным образом защита информационного поля и слабо развиваются плюралистические средства массовой информации.

Таким образом, на наш взгляд, нашему государству необходимо глубокое изучение передового международного опыта государственной политики в области информации и коммуникации с общественностью, совершенствование электронного правительства, взаимодействия со средствами массовой информации, формирования профессионального правительства и повышения эффективности государственных органов. Опыт Сингапура по развитию электронного правительства и взаимодействию государства с гражданским обществом показывает, что многое зависит от целенаправленной и последовательной политики государства в этой сфере, требуется значительная координация на всех уровнях государственного управления и поддержка со стороны гражданского общества необходимо развивать новые информационные технологии управления, альтернативные социальные сети, государственные веб платформы, осуществлять правовое регулирование и контроль над Интернетом. В целях определения основных направлений информационной работы и формы подачи государственной информации необходим постоянный мониторинг изменений медиа-предпочтений казахстанцев. Поэтому мы рекомендуем:

 в научной среде актуализировать исследования основных медиа-трендов и медиа-предпочтений казахстанцев;

 выявить особенности медиа-потребления (предпочитаемые медиаресурсы, язык предоставления информации, частота использования и пр.);

 оценить уровень доверия населения к отечественным медиаресурсам;

 выявить факторы, препятствующие развитию отечественного медиарынка.

Данные исследования необходимы для достижения более позитивных социально-экономических изменений и объективной оценки проводимых государственных реформ в социальных, экономических, правовых и политических сферах.

* 1. Влияние общественного мнения на государственную политику в Республике Казахстан

В ходе трансформационных процессов, направленных на демократизацию общества, и расширение самоуправления актуализируется роль и значение общественного мнения. Оно порождается теми проблемами, которые непосредственно связаны с жизненным опытом масс. В этом смысле реальные социальные связи с общественностью в современном Казахстане показывают, что никогда еще мнение широких народных масс не оказывало такого сильного влияния на все сферы общественной жизни, как в условиях демократического и правового государства. Это воздействие носит объективный характер, поскольку саморазвитие подлинной демократии предполагает все более внимательное отношение к людям, их интересам и запросам. Чтобы успешно решать задачи, вытекающие из демократических процессов, необходимо чутко прислушиваться к голосу масс, изучать, формировать и использовать силу общественного мнения и социальные связи с общественностью. Общественное мнение, являясь совокупностью суждений, оценок и мнений, различных социальных слоев и групп населения, выступает важным фактором развития демократии.

Одной из технологий государственных органов по формированию общественного мнения является создание подотчетной и прозрачной для общества системы государственного управления. В Казахстане предусмотрено формирование современного подотчетного государственного аппарата, одним из критериев которого является доступность государственных органов к запросам населения страны. Высокий уровень доступности и открытости работы государственных институтов повышает степень информированности населения о государственных программах, а уровень качества их реализации. Одновременно, своевременное, оперативное и качественное оказание государственных услуг со стороны государственных органов повышает доверие население [142].

Успешная реализация государственной политики осуществляется через достижение самодостаточности национальной экономической системы. Это непосредственно связано с повышением производительности труда. Для достижения этой цели необходима систематизация элементов макросистемы, включающей функциональные подсистемы (отрасли и сферы экономики), системообразующие виды государственной политики и системы целевых ориентиров, представленные национальными программами развития. Таким образом, эффективность государственной политики измеряется ее способностью обеспечить экономическую самодостаточность и повышение производительности труда в национальной системе хозяйствования [143, c.12].

В 2017 году была внедрена новая методологическая модель для оценки эффективности деятельности государственных органов. В новой модели от оценки множества процедур, сосредоточившись вместо этого на двух основных аспектах: оценке результатов и поддержке ключевых реформ в государственном управлении. Согласно новой модели, достижение стратегических целей и показателей бюджетных программ, а также предоставление услуг гражданам, рассматриваются как результаты работы государственного органа. В конечном итоге эти два аспекта стали основными блоками для оценки, при этом каждый из них приносит по 45% к итоговому баллу оценки для каждого государственного органа [144].

Формирование государственной политики по развитию различных сфер общества, а также изменение и обновление подходов, методов ее реализации предполагает выдвижение и продвижение различных инициатив и проектов, как на национальном, так и на региональном уровне. Успешность и эффективность реализации инициатив и различных проектов Главы государства, а также государственных органов зависит от степени поддержки населения данных программ.

Согласно статье 29 Закона Республики Казахстан «О государственных услугах», по государственному социальному заказу Агентство по делам государственной службы проводит общественный мониторинг качества оказания государственных услуг [145]. На каждую подлежавшую общественному мониторингу государственную услугу вырабатывается точечная рекомендация по повышению качества оказания услуг, в том числе сокращению перечня документов, срокам их оказания, переводу их в электронный формат, обратной связи с услугополучателями. Агентством по делам государственной службы в 2020 году был проведен общественный мониторинг совместно с Центром прикладных исследований «Талап» с охватом более 9 тысяч респондентов. Уровень удовлетворенности населения по качеству предоставления государственных услуг составил 75,1% [146].

Неоспоримо, что развитие информационных технологий имеет принципиальное значение для эффективности деятельности государственных органов и укрепления взаимодействия с населением. Как отмечает Ш. Халикова, исследователь из Казахстана: «Одним из ключевых направлений работы является создание электронного правительства, особенно в области предоставления широкого спектра общественных услуг в электронной форме. Это позволит упростить и ускорить коммуникацию между гражданами и исполнительными органами власти, преодолеть ограничения, такие как рабочий график или удаленность органов исполнительной власти, а также обеспечить доступность, подлинность и конфиденциальность информации».

Как следствие, реализация электронного правительства и использование современных информационных технологий позволят улучшить взаимодействие между государственными органами и гражданами. Они сократят барьеры, с которыми сталкиваются граждане при обращении к государственным услугам, и обеспечат доступность, безопасность и эффективность информации, необходимой для взаимодействия с органами исполнительной власти [147]. Совершенно очевидно, что полнота выполнения функций является основным критерием эффективности государственной системы управления. В целом, это означает обеспечение устойчивого функционирования политической системы и общества, а также защиту целостности, единства и безопасности государства. Это также включает защиту интересов всех групп населения и обеспечение прав и свобод граждан.

Таким образом, основная цель системы государственного управления заключается в обеспечении полноты реализации своих функций, что в конечном итоге приводит к устойчивому и сбалансированному развитию государства, защите прав и интересов его граждан, а также обеспечению общей безопасности и благополучия [148].

Обратимся к международному опыту применении интерактивных технологий в деятельности государственных органов. Для Казахстана особый интерес представляет опыт США, где федеральное правительство осуществляет электронную торговлю между государственными организациями и министерствами на поставки услуг и товаров для обеспечения государственных нужд. В условиях нашей страны данный опыт может быть успешно применен в системе тендеров и государственных заказов, объявляемых государством. Это позволит минимизировать возможность коррупции или лоббирования чьих-либо интересов. Кроме того, акцент делается на предоставление населению необходимой информации о деятельности государственного аппарата, возможность оплаты налогов, получение посредством смарта карт необходимых документов с использованием правительственных веб сайтов [16, с. 46-47].

Эти возможности стали реализовываться благодаря новой системе Comlink, разработанной в Массачусетском технологическом институте. Данная система характеризуется тем, что имеет оптимальные службы и средства публикации правительственных документов, которая доступна всем пользователям Интернета. На сервере системы Comlink размещаются все материалы брифингов, речи, проекты законов, предоставляемые канцелярией Белого дома. Ежедневно более миллиона пользователей знакомятся и получают интересующие их документы.

Существует и другая электронная система – Open Meeting, обеспечивающая обратную связь между правительством и обществом. Граждане посредством нее могут подавать предложения и получать отклики на них в интерактивном режиме по электронной почте. Создатели данной сети ставили целью упрощение проведения опросов и получения комментариев из множества разнообразных источников.

Обе системы призваны сделать деятельность правительства более прозрачной, упростить механизм доступа простых граждан к государственным документам и выбранным представителям в органах управления. В тоже время, государственные структуры также получили возможность изучать настроение в обществе и адекватно реагировать в случае необходимости.

Интерес также вызывает опыт применения информационных технологий в деятельности законотворческого органа. Например, в ЕС существует Форум информационного общества, в котором представлены все страны-участники, государственные служащие и представители гражданского сектора. На Форуме вырабатываются замечания, рекомендации, пожелания депутатам Европарламента по законодательному обеспечению развития информационного общества в ЕС, включая и вопросы реформирования Европейского правительства [16, с. 49].

Рассмотрим применение информационно-коммуникативных технологий в деятельности государственных органов по взаимодействию с гражданским обществом, и выявлению общественного мнения в Сингапуре. Развитие в этом электронного правительства привело к созданию единого портала Singapore ONE в 2003–2004 годах, который объединил услуги различных государственных организаций. Портал стал моделью единого взаимодействия между обществом и государственными структурами. Для продвижения услуг государственных органов и решения социальных задач многие государственные структуры активно используют социальные сети, особенно Facebook, так как более половины населения Сингапура зарегистрированы там.

Для того чтобы граждане могли делиться своими рекомендациями и комментариями по развитию правительственных проектов, была запущена государственная социальная сеть REACH (Reaching Everyone for Active Citizenry@Home). Эта платформа предоставляет возможность активного участия граждан в формировании и разработке правительственных инициатив.

Таким образом, электронное правительство и использование социальных сетей стали важными инструментами для улучшения взаимодействия между гражданами и государственными органами, а также для обеспечения активного участия граждан в процессах принятия решений и формирования политики [149, с. 117].

В Сингапуре в рамках программы eGov2015 был установлен активный диалог между гражданами и правительством, осуществлена тесная связь между государством и обществом. Для этого разрабатываются специальные сервисы, включая приложения для iPhone, которые позволяют гражданам поддерживать постоянное взаимодействие с местными муниципалитетами. Благодаря этим приложениям граждане имеют возможность сообщать о проблемах и инцидентах, что позволяет государственным структурам оперативно реагировать на обращения и решать актуальные проблемы.

Важным шагом в обеспечении активного взаимодействия является предоставление бесплатного Wi-Fi доступа практически на всех автобусных маршрутах и станциях метро. Это позволяет гражданам оставаться подключенными к интернету и обмениваться информацией с государственными органами даже во время перемещений по городу.

Таким образом, в Сингапуре активно развиваются специальные сервисы и технологии, которые облегчают коммуникацию между гражданами и правительством, позволяют гражданам активно участвовать в решении проблем и вопросов, а также оперативно получать информацию от государственных органов [149, с. 116].

Интересно, что государство за счет эффективного использования системы электронного правительства смогло сэкономить более 140 млн. долларов США за пять лет. А девяносто три процента граждан Сингапура готовы рекомендовать использовать электронное правительство для взаимодействия граждан с государственными органами [150].

Таким образом, в развитых демократических государствах Интернет как инструмент системы государственного управления существенно повысил эффективность государственной власти, сократил финансовые затраты на содержание государства, оптимизировал взаимодействие органов государственной власти, обеспечил обратную связь с гражданским обществом.

В Послании Президента К.К. Токаева 2019 года заданы ориентиры по развитию диалога власти и общества. Так, в Послании народу Казахстана

«Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана» были заданы ориентиры по развитию диалога власти и общества, а также отмечена необходимость поддержки и укрепления гражданского общества, вовлечения в обсуждение наиболее актуальных общегосударственных задач [116].

Непременным условием развития любого современного сложноорганизованного общества становится информационно- коммуникационный обмен между различными его элементами. Полученная и правильно организованная, своевременно обработанная и использованная информация может служить в нынешних условиях гарантом успешного развития казахстанского общества. Однако для того, чтобы информационная система существовала и эффективно функционировала, необходимо развивать коммуникативные процессы во всем их многообразии.

Для нашего исследования представляют интерес политические технологии как инструмент управления политическим процессом. В Казахстане становление научного знания о политических технологиях в некоторой степени отстает от процессов, динамично развивающихся на практике. Сегодня перед политической наукой выдвинута практическая задача – раскрыть закономерности, условия и факторы восприятия, усвоения, переосмысления людьми получаемой информации и выработки ими своих диспозиций, мнений, установок и мотивов поведения.

Проанализируем политическую технологию формирования общественного мнения. Из-за информационной перегрузки современный человек зачастую без должной критической оценки и проверки начинает воспринимать информацию, решения, транслируемые как государством, так и средствами массовой информации. Данный факт дает возможность манипулирования общественным сознанием, мнением и поведением человека. Политики, политически ангажированные представители средств массовой информации часто пользуются данным положением и выступают в роли манипуляторов, по своему усмотрению корректируют социальную реальность. Конструированием социальной реальности сегодня также занимается и интернет-коммуникация. Происходит взаимопроникновение кибер коммуникации и политики, целью которой является формирование общественного мнения, которое является механизмом регуляции общественного бытия.

Информация СМИ нередко вызывает у аудитории определенные состояния: реакции, отношения, эмоции, а не сознательные и взвешенные выводы. Объектом информации являются те ценности людей, на которых базируются их убеждения. Например, при грядущих политических переменах (выборы, новые векторы политического развития и т.д.) люди испытывают неосязаемый страх перед будущим. В этом отношении следует вспомнить решение политических консультантов Акорды, которые сумели уловить эмоционально-психологическое переживание большинства казахстанцев и создать соответствующий видеоряд, который был показан накануне президентских выборов в 2011 и 2015 годах. За 3–4 дня до голосования в эфире республиканских ТВ «Хабар», «Казахстан-1» показывали документальный фильм «Цветные болезни», который выявлял истинные цели, скрываемые стихийными народными волнениями. В этом сюжете была показана разъяренная и неуправляемая толпа, крушащая все на своем пути. Такой ход развития точно не устраивает казахстанцев, которые, может быть, и хотели бы перемен, но более цивилизованным и мирным путем, поэтому решили сделать ставку на стабильном курсе общественно-политического и экономического развития, с которым ассоциировался Нурсултан Назарбаев. Эта технология является примером того, как путем формирования общественного мнения, выработки определенных социальных установок, формирования убеждений СМИ подталкивают граждан к определённым поступкам, действиям.

Сегодня электронные средства массовой информации стали главным инструментом для распространения сообщений, воздействующих на общественное сознание. Так, А. Моль отмечает, что СМИ: «Они фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придают им особый вес, повышают ценность одной идеи, обесценивают другую, поляризуют, таким образом, все поле культуры. То, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияние на развитие общества» [151, с. 54].

СМИ, включая телевидение, обладают уникальной возможностью формирования образа политических кандидатов. Один из примеров, который можно привести, связан с выборами президента Р. Никсона в 1960 году. Во время избирательной кампании был предпринят ряд манипуляций с использованием телевизионных технологий с целью дискредитировать Р. Никсона.

В телевизионной передаче, посвященной избирательному процессу, специально создавались условия, неблагоприятные для Р. Никсона. Он был показан в крупном плане, с ярким освещением, которое подчеркивало его нездоровый вид и небритость. Такое изображение вызвало негативные реакции у зрителей, которые рассматривали это как неуважение к ним.

Кроме того, осветительные приборы были установлены слишком близко к Р. Никсону, что вызывало его потоотделение. Он нервно вытирал пот со своего лица, что создавало впечатление нервозности. Также, на него направлялось несколько телевизионных камер, и он не знал, на какую из них обращаться в тот или иной момент. В результате, перед зрителями Р. Никсон предстал как человек с неуверенным взглядом, что оказало отрицательное влияние на восприятие избирателями.

Этот пример демонстрирует, как телевидение имеет возможность моделировать образ политических кандидатов, используя технические и визуальные приемы. Такие манипуляции могут существенно повлиять на восприятие и оценку кандидатов зрителями, и важно осознавать, как эти средства могут влиять на формирование общественного мнения.

Чуть позже Р. Никсон писал: «Мне кажется, что я потратил слишком много времени в той кампании на существо и слишком мало на внешность. Я придавал большое значение тому, что собирался сказать, чем тому, как я выгляжу». Между тем, по мнению Никсона, «наиболее важным представляется наличие политического лидера, нежели собственно программы. Существование предшествует сущности» [152, с. 55].

Одной из разновидностей технологий в электронных СМИ являются политические споты, как жанр рекламы, для закрепления имиджа. В США споты не вытесняют традиционные виды политических выступлений, а лишь акцентируют внимание зрителя на необходимых моментах его реальных или же виртуальных качеств для закрепления в его сознании нужного имиджа кандидата.

Телевидение часто работает с реальными фактами жизни, однако оно имеет способность усиливать определенные аспекты и использовать разнообразные формы представления материала. В контексте создания политических рекламных роликов цель не заключается в простом отражении истины, а в создании истинности. Это объясняет, почему использование политических роликов разрешено не во всех странах в рамках предвыборной кампании. Например, во Франции запрещено использование этой формы рекламы, которая позволяет «творить истину». В Великобритании политическая реклама на телевидении и радио вообще под запретом [152, p. 15].

Интересно, что первые политические кампании Казахстана в начале трансформационных политических реформ отличались непрофессионализмом, слепым копированием российского опыта, который, в свою очередь прошёл стадию сложной адаптации зарубежного.

В силу непосредственной зависимости общественного мнения от получаемой информации политики придают производству, движению и контролю информации приоритетное значение. Известный итальянский мыслитель XVI века Н. Макиавелли писал: «Оценка политика по результатам его деятельности в массовом сознании складывается не сразу и однозначной никогда не бывает, так как социальные интересы людей в реальной жизни слишком разноречивы. Поэтому в укреплении позиции государственных деятелей большое значение играет соответствующим образом обработанная (ангажированная) информация. В современных условиях судьба партийных и государственных деятелей во многом зависит от мнения избирателя, умение манипулировать массами стало такой же необходимостью, как умение принимать важные управленческие решения. Таким образом – политическое управление есть не что иное, как искусство убеждения, искусство воздействия на те элементы мотивационной структуры личности, которые могут способствовать человеку и большим группам людей на те или иные действия, обеспечивающие сохранение, развитие и процветание общества» [153, с. 45].

Исследования показывают, что политическая коммуникация играет важную роль во взаимодействии политических субъектов в борьбе за власть и/ или ее осуществление. Она представляет собой целенаправленный обмен информацией, который необходим для развития политического процесса. Политическая коммуникация включает в себя процессы производства и распространения политически значимой информации, направленной на формирование ценностных установок и влияние на действия других общественных субъектов. Она является неотъемлемой частью политической деятельности и имеет важное значение для формирования общественного мнения и принятия политических решений. Политическая коммуникация также включает использование различных коммуникационных каналов и инструментов, таких как СМИ, интернет, социальные сети и т.д., для передачи политических сообщений и воздействия на аудиторию. Она направлена на установление доверия, убеждение и мобилизацию граждан, а также на формирование общественного сознания и политической культуры.

Важным аспектом политической коммуникации является также анализ обратной связи и реакции аудитории. Политические акторы должны уметь адаптировать свое сообщение и стратегию коммуникации на основе полученной обратной связи, чтобы эффективно взаимодействовать с обществом.

Политическая коммуникация также может иметь влияние на формирование общественной агенды и повышение осведомленности граждан о политических процессах и проблемах. Она способствует созданию открытого и плюралистического общества, где граждане имеют возможность выражать свои мнения, участвовать в политической дискуссии и влиять на принимаемые решения.

В целом, политическая коммуникация играет ключевую роль в современной политике, обеспечивая взаимодействие и обмен информацией между политическими акторами и обществом, формируя общественное мнение и способствуя развитию демократических процессов.

По мнению казахстанских исследователей «под политическими технологиями следует понимать способ систематизации и упорядочения целесообразной практической политической деятельности как совокупность приемов, механизмов и средств решения управленческих задач в сфере политики. Собственно, политические технологии выступают как структурный элемент любого политического процесса и как деятельность, направленная на достижение намеченной цели. Следовательно, с одной стороны, «технологию» необходимо рассматривать как систематизированную и научно-обоснованную деятельность, в результате которой достигается поставленная политическая цель, а с другой – как интегрированную систему управления, или же элемент координации задач любого политического процесса на любом этапе его развития» [47, с. 201].

Таким образом, политические технологии – это квинтэссенция информационно-психологического творчества, интегрирующего самые разнообразные методы, средства и новейшие достижения по управлению общественным мнением и общественным сознанием.

Формирование нового общественного мнения в условиях демократизации есть результат соотнесения определенного события с интересами той или иной социальной группы, партий, движения, общества в целом. Дело в том, что неотъемлемой частью демократического государства и гражданского общества является, наряду с другими, развитие групп по убеждениям, массовых движений, политических партий, которые осуществляются на различной информационной основе. Для нормального функционирования государства, развития демократии, научно обоснованного решения многих актуальных проблем социальной жизни требуется обратная связь с населением – паблик рилейшнс, необходимая для взаимодействия институтов и организаций с обществом и формирования нового общественного мнения.

На наш взгляд, процесс становления Public Relations в Казахстане затруднен в силу нескольких причин, как объективного, так и субъективного характера. Основное место среди этих причин могут занимать экономический кризис и политическое противостояние властных слоев общества. В этих условиях основная задача Public Relations сводится к определенному воздействию на поведение человека. Исходя из этого, деятельность специалистов Public Relations представляет собой комплекс скоординированных усилий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы изменить это мнение и поведение людей в свою пользу. Здесь речь идет, прежде всего, об общественности и общественном мнении. Под общественностью, как правило, подразумевают группу людей, сложившуюся в силу определенных экономических, социальных или политических обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующих на нее одинаковым образом.

В практической реализации Public Relations нужно иметь в виду, что общественность состоит из двух систем: открытой и закрытой. К открытой относятся партийные функционеры, сотрудники коммерческих структур, иначе говоря, все те, кто так или иначе связан служебными отношениями и корпоративной ответственностью. Такую общность также называют социальной общностью. Открытая общественность, являясь как бы продолжением закрытой общественности, представляет собой всех тех, кто не входит в данную социальную общность – это массовые потребители, многоликая аудитория средств массовой информации, рядовые члены и сторонники политических партий и движений и т.д., и т.п.

Носителями массового сознания и субъектами общественного мнения являются обе системы общественности: и открытая, и закрытая. Установлено, что точно также как общественное мнение не существует без общественного сознания, так и общественное сознание не существует без общественного мнения, которое формирует и изменяет средства массовой коммуникации. Отсюда ясно то, что общественное мнение и мнение общественности – не одно и то же. Под общественным мнением понимают определенное состояние общественного сознания, выраженное в той или иной форме в данный момент времени, проявляющееся в виде совокупности оценочных суждений различных социальных групп и слоев населения.

Здесь важно подчеркнуть, что во всех этих определениях слово «совокупность» подразумевает усредненное, интегрированное на данном множестве людей мнение о той или иной проблеме. Вся сложность выявления общественного мнения состоит в нахождении как раз этого интегрированного показателя индивидуальных представлений (агрегация мнений), который вычисляется путем налаживания связей с общественностью и специалистами по коммуникативным технологиям.

Таким образом, формирование нового общественного мнения – довольно сложный процесс, так же, как и попытка дать краткое и всеобъемлющее его определение. Тем не менее, можно предложить несколько важных правил для решения вопроса о повышении эффективности взаимодействия общественного мнения с действующими службами Public Relations. Они в одинаковой степени относятся и к политической деятельности:

а) главной задачей службы Public Relations в политической сфере должно быть корректное определение «своей общественности» и управление ее общественным мнением посредством коммуникационных технологий;

б) сформированное общественное мнение в силу фундаментальных законов социальной психологии изменить весьма трудно и не менее трудоемко. Здесь возможны различные промахи и ошибки, поэтому необходимо избегать метода «проб и ошибок»;

в) общественное мнение имеет тенденцию к резким переменам, поэтому с ним надо работать, профессионально и методически грамотно, на основе четких представлений о характеристиках и законах поведения массовых общностей.

В современных условиях изменился сам социально-политический климат, способствующий тому, чтобы реально повысить эффективность Public Relations и управления общественным мнением.

Известно, что общественное мнение формируется под воздействием реальных условий жизни. На различных уровнях его развития активное участие в этом процессе принимают разные группы людей, которым присущи не одинаковые, а в ряде случаев – противоположные интересы, оценки. Этим объясняется неизбежная борьба суждений и взглядов.

Современный Казахстан представляет собой систему, в которую входит множество различных социально-демографических и этнонациональных страт. В рамках каждой из них складывается групповое мнение, которое также считается общественным. Поэтому мы говорим об общественном мнении коллектива, группы, нации и народностей и т.д. Исследование общественного мнения на любом уровне, безусловно, способствует дальнейшему развитию демократии, научно обоснованному управлению общественной жизнью, учитывающему социальную психологию, чувства и настроения масс в конкретный момент времени.

Формирование нового общественного мнения в постсоциалистическом обществе, являясь одним из факторов создания необходимой социально- психологической атмосферы, свидетельствует о повышении социальной активности граждан. Если человек не подчиняется требованиям, выраженным в едином мнении коллектива, он может лишиться доверия своих коллег. Вряд ли найдется кто-либо, кого оставила бы равнодушным положительная или отрицательная оценка его действий со стороны общественного мнения. Сила общественного мнения во всю мощь проявляется лишь тогда, когда с ним считаются, к нему прислушиваются. Как известно, коллективное мнение может оказать положительное влияние на управленческие решения. Чтобы не ошибиться, выбрать самый разумный способ решения возникших проблем, весьма полезно иметь информацию о мнении народных масс. С целью получения достоверной картины состояния общественного мнения, его динамики, необходимо обратиться к непосредственным фактам сознания. Для научной фиксации этих фактов используются различные методы, в частности метод опроса общественного мнения. Он позволяет определить научную тенденцию как в общественном мнении всего населения в целом, так и в умонастроениях отдельных социальных групп.

В Казахстане «паблик рилейшнс» как сфера профессиональной деятельности находится на стадии активного развития. Однако в обществе существует негативный стереотип по отношения к паблик рилейшнс. И связан он с избирательными кампаниями, во время которых использовались политические технологии нелегитимного характера. Зачастую средства массовой информации создают негативный образ паблик рилейшнс, характеризуя его технологии как «грязные технологии» («черный PR»). На самом деле все действия и технологии «паблик рилейшнс» социально направлены и являются обязательным дополнением к слову «выборы».

«Грязные» технологии являются общей мировой проблемой. С 1991 г. борющиеся за власть группы стали заимствовать у Запада не те методы достижения желаемого статуса, которые бы гарантировали определенную ответственность перед избирателями, а самые популистские процедуры, гарантирующие полную дискредитацию конкурентов. Эти способы прижились, стали частью периода суверенитетов, закономерным продуктом тех обществ, где об этико-правовых нормах политики не задумывались. Невозможность остановить дальнейшее распространение грязных технологий объясняет казахстанский политолог А. Перуашев: «прежде всего потому, что для некоторых победа в политической борьбе – самодостаточная цель, в достижении которой оправданы все подручные средства. Между, тем для рядовых казахстанцев политика важна именно как инструмент свободы выбора, в чем им отказывают подобные методы. Поэтому противостояние и так сказать, «межвидовая» конкуренция между «чистыми» и «черными» технологиями на самом деле есть борьба за право на свободное волеизъявление. Кроме того, если первые в своей массе ориентированы на постановку и решение не только политических, но и других (социальных, экономических) задач, то для вторых очевиден приоритет политической «нейтрализации» оппонента. Ясно, что в политике всегда будут присутствовать оба этих элемента. Вопрос лишь в соотношении их присутствия в общественной жизни, от которого будет зависеть и степень внутренней свободы общества, и уровень его политической культуры» [154, с. 93].

Когда речь заходит о «грязных» технологиях и их легитимизации в предвыборных кампаниях, мы обычно имеем в виду методы и приемы, которые используются для воздействия на общественное мнение с целью создания отрицательного имиджа оппонента или разрушения положительного имиджа своего кандидата. Эти методы и технологии могут включать:

1. Распространение дезинформации и фейковых новостей с целью введения в заблуждение избирателей и создания негативного отношения к оппоненту.

2. Организацию компрометирующих кампаний, направленных на обнародование негативной информации о политических соперниках или их связанных с ними людях и организациях.

3. Использование личных атак и оскорблений в адрес оппонента с целью дискредитации его репутации и доверия избирателей.

4. Использование негативных рекламных материалов и видеороликов, которые искажают факты или подчеркивают только отрицательные стороны оппонента.

5. Создание искусственных скандалов или провокаций с целью привлечения внимания к определенным проблемам или недостаткам оппонента. Важно отметить, что, хотя такие «грязные» технологии могут быть эффективными в краткосрочной перспективе, они могут нанести ущерб доверию к политическому процессу и институтам. Поэтому многие страны стремятся регулировать использование таких методов в предвыборных кампаниях и введение норм и законов, направленных на борьбу с дезинформацией и недобросовестными практиками.

В целом, использование «грязных» технологий в предвыборных кампаниях является сложным и дискуссионным вопросом. Они требуют более глубокого исследования и обсуждения, чтобы найти баланс между свободой политической конкуренции и этическими принципами в политической коммуникации.

Активно продвигаемые имиджмейкерами – «черный пиар», «негативные кампании» и «контрпропаганда», при явной нелицеприятности, не могут рассматриваться однозначно. С юридической точки зрения технологии, направленные на разрушение «положительного образа» или «создание негативного имиджа», являются одним из способов ведения предвыборной агитации. Во всех развитых государствах и в большинстве развивающихся стран выборные законодательства подтверждают это право. В этом смысле, в новом конституционном законе РК «О выборах в Республике Казахстан» написано:

«Государство гарантирует гражданам, обладающим активным избирательным правом, общественным объединениям право беспрепятственной агитации «за» или «против» того или иного кандидата» [155]. Под категорией «против» можно понимать не конкретизированное действие, в отношении противодействия «черным» технологиям. Споры на тему – легитимен ли «черный Public Relations» относятся к разряду схоластических, далеких от реального понимания дел в мире политической конкуренции на выборах. Несомненно, часть этих методов противоречат закону и, в этом случае, они являются противозаконными. Отсутствие наказания за противозаконные методы является следствием слабости правоохранительных органов, отвечающих за соблюдение избирательного законодательства, в первую очередь избирательных комиссий.

После принятия Конституции в 1995 году в Казахстане произошли изменения в системе исполнительной власти. Ранее существовавшая исполнительская вертикаль, основанная на институте глав администрации на всех уровнях, была пересмотрена. Эти главы администрации назначались руководителями вышестоящих структур и пользовались полной независимостью от местных представительных органов.

Такая система несла в себе определенные опасности, включая отсутствие контроля общества над исполнительной властью, возможность произвола со стороны чиновников и бюрократического аппарата, а также приводила к безответственности должностных лиц и снижению исполнительской дисциплины в государственной системе. Вместо укрепления государственной власти, такая система скорее ослабляла ее.

Однако после принятия Конституции 1995 года произошли изменения, направленные на коррекцию этой проблемы. Исполнительная власть стала более ответственной перед местными представительными органами и обществом в целом. Были предприняты шаги для укрепления принципов прозрачности, участия общества и отчетности в исполнительной власти. Более эффективные механизмы контроля и баланса были введены, чтобы предотвратить злоупотребления и повысить качество исполнения государственных функций.

Есть основания полагать, что Казахстан смог преодолеть опасности, связанные с прежней системой исполнительной власти, и сосредоточиться на укреплении государственных институтов, обеспечении ответственности и прозрачности в деятельности исполнительной власти, а также на развитии эффективного государственного управления.

Оценка работы исполнительной власти (правительства, акимов) является важным условием реализации концепции «слышащего государства», предложенной Главой государства К.К. Токаевым.

В процессе прохождения практики, в диссертационном исследовании использованы результаты социологического исследования общественного фонда «Центр социальных и политических исследований «Стратегия» г. Алматы. На основе экспертного опроса была дана оценка работы исполнительной власти. Обратимся к оценке непосредственной деятельности правительства. Важно отметить, что экономическая политика, должна определять механизмы, инструменты для решения приоритетных задач социально-экономического развития государства.

По результатам второго квартала 2022 года, только три государственных органа набрали более 4 баллов из 7. В число лидеров вошли Государственный советник, Сенат Парламента и Мажилис Парламента. Эксперты считают, что эти государственные органы обладают наиболее эффективной работой.

Государственный Советник получил высокую оценку за свою работу в курируемой области (4.57 балла). Кроме того, руководитель Испытуемый №1 был оценен как активный, амбициозный и целеустремленный политик, несмотря на обвинения в фаворитизме и связи с национальными партиями. Он организовал Курылтай и открыл для себя новые возможности на новой должности с новым функционалом.

Позиции Сената и Мажилиса Республики Казахстан получили высокую оценку благодаря своей информационной открытости (по 4.50 балла каждая). Эксперты отметили, что в Мажилисе большее внимание уделяется общему положению дел, что было достигнуто благодаря активности депутатов, а не их 1 Рейтинг управленческой элиты за 2 квартал 2022 года. Однако, в Сенате большая роль отводится оценке работы спикера, Испытуемый 2, который играет важную роль в Сенате (4.14 балла). Эксперты также отметили, что после изменения функционала Сенату требуется обновление состава депутатов («сенаторы – люди из старого Казахстана, поэтому обновление должно произойти быстрее»).

Счетный комитет по контролю за исполнением республиканского бюджета и Администрация Президента получили высокие оценки от экспертов. Счетный комитет занял 4-е место с оценкой 4,07 балла, а Администрация Президента 7-е место с оценкой 4,36 балла. Оба ведомства успешно играют роль контролера согласно экспертам. Однако, в отличие от Администрации Президента, которая может решать проблемы в процессе, Счетный комитет выступает в роли наблюдателя, который знает все детали, но, к сожалению, вмешательство происходит уже слишком поздно, и государственные органы не принимают мер по итогам их аудиторских проверок.

По разным направлениям работы Администрации Президента, эксперты дали высокие оценки за работу в сфере «внешней политики» (3,40 балла) и «территорий и государственного контроля» (3,36 балла), но самая низкая оценка была получена за работу в «правовой политике» (2,50 балла). Если сравнить оценки конкретных секторов с общей оценкой работы Администрации Президента (4,36 балла), то видно, что некоторые секторы имеют более низкие показатели, что вызывает вопросы и требует дополнительного изучения. Комментарии экспертов подтверждают общий тренд оценок и указывают на недостаточную доступность информации о работе секторов и влияние личных факторов на результативность. В отношении Испытуемый 3 отмечается, что «он стал недоступным для СМИ, что создает затруднения в оценке его работы в настоящее время». Оценка работы подразделения Испытуемый №4, хотя и остается «не совсем понятной», тем не менее, эксперты признали, что проблемы в регионах, находящихся в ведении центра, были решены хорошо, и альтернативное голосование по кандидатам на посты акимов новых областей было организовано успешно. Однако, направление, возглавляемое Испытуемый №5, вызывает недоверие из-за «несоответствия компетенций» возглавляемых Комиссий. Эксперты отметили «отсутствие свежих идей» и «недостаток власти и контроля в экономической сфере», где «олигархи, квазигосударственные компании и премьер-министр тянут в противоположные стороны». Направление правовой политики под руководством Испытуемый №6 эксперты оценили, как «застопорившееся».

Согласно опросу экспертов, премьер-министр Испытуемый №7 занял 16-е место в рейтинге управленческих элит. Эксперты отметили его информационную открытость, но считают, что это не компенсирует его слабости («плохое наследство. Потерялся перед внешними и внутренними вызовами»). Заместители премьер-министра Испытуемый №8 и Испытуемый №9 занимают 27-е и 26-е места соответственно, однако имеют авторитет и умело пользуются своей информационной открытостью, что не всегда работает им на пользу. Министерство просвещения, МИД и Агентство по борьбе с коррупцией занимают 5-е, 6-е и 9-е места в рейтинге соответственно. Эти ведомства получили свои места в основном за счет своей информационной открытости и эффективного руководства. Эксперты делают упор на профессиональных качествах руководителей, таких как Испытуемый №10 («человек на своем месте»), и отмечают необходимость усиления работы внешнеполитического и антикоррупционного ведомств. Министерства социального блока занимают более высокие позиции по сравнению с экономическими и силовыми министерствами. Министерство здравоохранения находится на 13-м месте с рейтингом в 3.21, Министерство труда и соцзащиты – на 18-м с рейтингом в 3.14, Министерство культуры и спорта – на 22-м с рейтингом в 3.00. В то же время, Министерства внутренних дел и обороны занимают 24-е и 39-е места, а Министерства национальной экономики, сельского хозяйства, финансов, торговли и интеграции находятся на 32-м, 40-м, 42-м и 47-м местах соответственно.

В рейтинге по показателю «Оценка ситуации в курируемой сфере» диаграмма 1, лидером является Государственный советник, за ним следует Администрация Президента с оценкой 4,36 балла. Всего есть 5 ведомств," которые получили оценку выше 4 баллов. Также в ТОП-10 входят обе парламентские палаты и Счетный комитет. На последнем месте в рейтинге находятся Министерство просвещения и Комитет национальной безопасности. Относительно последнего ведомства эксперты отмечают улучшение после смены руководства. Однако, существуют вопросы о том, что ведомство слишком сильно фокусируется на организованной преступности и наркотиках, и не уделяет должного внимания вопросам терроризма. Также ожидается, что от Комитета национальной безопасности будут получены ответы по событиям, произошедшим в январе.

В рейтинге по критерию «Информационная открытость» первые два места занимают Сенат (3,91 балла) и Мажилис (3,89 балла) Парламента. Государственный советник занял третью позицию (3,78 балла). Замкнули «десятку»: Премьер-Министр (3,61 балла); Министерство цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности (3,57 балла); акимат города Астаны (3,16 балла). Эксперты отметили, что министр цифровизации Испытуемый №11 злоупотребляет публичными выступлениями без подкрепления их соответствующими проектами (3,08 балла).

5,00

4,50

4,00

3,50

3,00

2,50

2,00

1,50

1,00

0, 50

0,00

Рисунок 2 – Рейтинг информационной открытости за 2022 год, балл

Примечание: составлено по источнику [3]

В списке ТОП-10 по показателю «Эффективность работы руководителя» только два руководителя превысили оценку 4 балла – Испытуемый №1 и Испытуемый №2, наименее успешные в списке являются руководитель Агентства по противодействию коррупции Испытуемый №12 и председатель Комитета национальной безопасности Испытуемый №13.

5

4,5

4

3,5

3

2,5

2

1,5

1

0,5

Рисунок 3 – Рейтинг эффективности работы руководителя за 2022 год

Примечание: составлено по источнику [4]

В рамках данного исследования, было также использованы рейтинги эффективности деятельности акимов регионов Казахстана за 1 квартал 2022 год на основе экспертного опроса Общественного Фонда «Центр социальных и политических исследований «Стратегия» г. Алматы. В экспертном опросе участвовали 26 экспертов из разных сфер власти и регионов, репрезентативность исследовательская 5, журналистика 4, аналитическая 6, сфера образования 3, общественная деятельность 2, PR и консалтинг 2, экономика и финансы 1. Во внутриполитической жизни в стране выступили январские события, которое повлекло за собой напряжение по вопросам кадровых перестановок, в том числе и в акимском корпусе. В некоторых регионах Казахстана произошли изменения в назначении новых акимов. Это событие повлияло положительно на работу местных органов власти и добавило новый уровень ответственности для областных акимов. Так, например, акиматы стали реагировать на настроение в обществе по различным вопросам, мониторинг социальных сетей после январских событий стал неотъемлемой частью работы с населением регионов. Быстрая обратная связь и реакция на жалобы населения.

Рейтинг возглавил новый аким Алматинской области Испытуемый №1 (3,78 балла). Эксперты отмечают его высокий балл по перспективности, как политика (4,23 балла); второе место по информационной открытости (3,82 балла) и третий результат по удовлетворенности населения (3,80 балла).

Далее на второй позиции в рейтинге вырос аким Карагандинской области Испытуемый №2 с общим показателем 3,66 балла, сравнивая с показателем за 2018 год результат был выше (3,88 балла). Эксперты оценивают его как перспективного акима (3,80 балла). Однако если бы Испытуемый № 2 был более открыт в информационном пространстве (3,40 балла), возможно, он бы возглавил рейтинг акимов.

Третья позиция рейтинга принадлежит Испытуемому №3, который является главой Мангистауской области с ноября 2021 года. Эксперты оценили его самым открытым акимом (3.90 балла), однако прозвучала критика его работы: пытается наладить взаимодействие с гражданскими организациями, но реальных проектов нет, совещания проводит по три-четыре часа, однако они не эффективны, аппаратная работа слабая, на письма месяцами не отвечают, нет контроля за выполнением поручений. Эксперты рекомендуют сменить руководителя аппарата.

Следующие три акима – Испытуемые №4, №5 и №6, главы Костанайской, Шымкентской и Астанинской областей, соответственно. Их баллы в рейтинге за 1 полугодие 2021 года были с 7-го по 9-ое место.

Аким Акмолинской области, Испытуемый №7, занял седьмую позицию в рейтинге, по сравнению с предыдущим кварталом, его общий балл составил 3,49 (против 3,4 в первом квартале 2021). Наибольшее снижение баллов произошло по критериям «Управление региональной экономикой», «Информационная открытость». Эксперты отметили, что аким «Тусклый» и ему удалось улучшить показатели по критериям «Экономическая ситуация», «Удовлетворенность населением», «Перспективность как политик».

В сравнении с рейтингом 1 квартала 2021, аким Павлодарской области, Испытуемый номер 8, улучшил свои показатели на 4 пункта. Оценки по критериям «Экономическая ситуация» и «Удовлетворенность населения» повысились с 3.15 до 3.45 и с 3.26 до 3.67 соответственно. Однако, эксперты " отмечают, что Испытуемый №8 окружил себя некомпетентными людьми и они " влияют на политику региона. "

На фоне наводнений и неудовлетворительной сельхозполитики в регионе, рейтинг акима Западно-Казахстанской области Испытуемого №9 упал с второй позиции на тринадцатую. Износ социальной инфраструктуры и последствия аварии на ТЭЦ в городе Петропавловск оказали негативное влияние на рейтинг акима Северо-Казахстанской области Испытуемого №10, который потерял пять позиций в рейтинге и занял девятое место вместо четвертого. Однако по критерию «Удовлетворенность населения работой Акима» его рейтинг улучшился с 3,57 баллов до 3,74.

В целом, оценки акимов за первое полугодие 2022 года показывают разную динамику и результаты. Некоторые акимы получили высокие оценки по определенным критериям, в то время как другие столкнулись с недовольством населения и низкими показателями перспективности. Однако, важно отметить, что оценки могут измениться со временем, и успех акимов будет определяться их дальнейшей работой и достижениями.

В заключительных позициях рейтинга эффективности деятельности акимов находится Испытуемый №10, аким СКО. По всем пяти критериям оценка его работы составила 3 балла. Низкие оценки свидетельствуют о слабой эффективности его деятельности в различных аспектах регионального управления.

С учетом вышеуказанных факторов рейтинг эффективности акимов по итогам первого полугодия 2022 года отражает разнообразные результаты и динамику их работы. Некоторые акимы показали высокие оценки по определенным критериям, в то время как другие столкнулись с недовольством населения и низкими показателями перспективности. Важно отметить, что эти оценки могут измениться в будущем в зависимости от дальнейшей работы и достижений акимов.

Следует отметить, что высокие рейтинги были у старых управленцев. Согласно полученным данным, экспертная комиссия оценила работу акимов на 3-4 балла, что является средним показателем.

Как мы видим никто из региональных акимов не получил выше 4-х баллов. По мнению экспертов, это связано было с кризисным явлением после январских событий.

В начале 2022 года практически все акимы остались на своих должностях, за исключением акимов Мангистауской и Алматинской областей, а также города Алматы. Когда эксперты оценивали их работу, большинство снизило свои оценки по всем 5 параметрам. Что привело к этому? Возможно, роль сыграли выступление Президента и поставленные перед акимами задачи после произошедших событий в январе.

Таблица 4 – Рейтинг акимов регионов по оценке эффективности деятельности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Примечание№** | **ФИО** | **Регион** | **1 полугодие**  **2021 г.** | **1 квартал**  **2022 г.** | **Динамика рангов** |
| 1 | **Испытуемый 1** | Алматинская | - | 3.78 | - |
|  | область |  |  |  |
| 2 | **Испытуемый 2** | Карагандинская область | 3.88 | 3.66 | ▲1 |
| 3 | **Испытуемый 3** | Мангыстауская область | - | 3.61 | - |
| 4 | **Испытуемый 4** | Костанайская область | 3.63 | 3.57 | ▲3 |
| 5 | **Испытуемый 5** | Г.Шымкент | 3.55 | 3.56 | ▲ 3 |
| 6 | **Испытуемый 6** | Г.Астана | 3.54 | 3.54 | ▲ 3 |
| 7 | **Испытуемый 7** | г. Алматы | - | 3.51 | - |
| 8 | **Испытуемый 8** | Акмолинская  область | 3.40 | 3.49 | ▲ 4 |
| 9 | **Испытуемый 9** | СКО | 3.80 | 3.45 | ▼ 5 |
| 10 | **Испытуемый 10** | Туркестанская область | 4.19 | 3.42 | ▼ 9 |
| 11 | **Испытуемый 11** | Павлодарская область | 3.29 | 3.37 | ▲ 4 |
| 12 | **Испытуемый 12** | Актюбинская область | 3.45 | 3.34 | ▲ 3 |
| 13 | **Испытуемый 13** | ЗКО | 3.89 | 3.30 | ▼ 11 |
| 14 | **Испытуемый 14** | ВКО | 3.13 | 3.29 | ▲ 2 |
| 15 | **Испытуемый 15** | Жамбыльская область | 3.67 | 3.25 | ▼ 9 |
| 16 | **Испытуемый 16** | Атырауская область | 3.13 | 3.19 | ▼ 2 |
| 17 | **Испытуемый 17** | Кызылордин ская область | 3.46 | 3.03 | ▼ 7 |

Примечание: составлено по источнику [5]

Все вышеперечисленные акимы, имеющие низкие показатели, не являются открытыми для средств массовой информации, проводят слабую экономическую и социальную политику в своих областях и регионах. В условиях курса Президента К.К. Токаева после январских событий на построение «слышащего» государства стоит вопрос о качестве и необходимости новой генерации региональных лидеров.

Для проведения анализа результатов социологического исследования и их последствий для действий различных государственных органов после экономических реформ, начатых в январе 2022 года необходимо синтезировать информацию и сделать более глубокие выводы на основе данных исследования.

Экономические реформы 2022 года были вызваны глубоко укоренившимся социально-экономическим недовольством, которое вылилось в массовые протесты и насилие в январе 2022 года. Эти реформы были направлены на решение таких проблем общества, как экономическое неравенство, коррупция и неэффективное управление, особенно в связи с государственными монополиями и влиянием олигархических структур.

Протесты, начавшиеся из-за повышения цен на топливо, выявили недовольство населения системными проблемами, и в ответ правительство начало серию реформ, направленных на решение этих проблем.

В этом контексте представленные данные опроса дают представление о том, как граждане воспринимают действия государственных органов в ответ на эти реформы.

Ответы на различные вопросы дают представление о степени удовлетворенности населения работой правительства, его доверии к государственным институтам и оценке эффективности реформ.

Основные выводы по результатам опроса

1. Общее отношение к реформам

Результаты опроса свидетельствуют о неоднозначной реакции на реформы. Хотя некоторые респонденты признают усилия правительства, значительная часть населения по-прежнему скептически относится к эффективности принятых мер.

Очевидна обеспокоенность тем, что реформы оказались недостаточными для решения системных проблем, которые привели к беспорядкам в январе 2022 года.

2. Восприятие государственных институтов

Доверие к государственным институтам остается неустойчивым. Многие респонденты выражают скептицизм в отношении роли ключевых государственных органов, особенно тех, которые занимаются правоохранительной и судебной деятельностью.

Вероятно, это отражение ситуации с январскими событиями, когда реакция государства была воспринята как жесткая, что привело к многочисленным жертвам.

Негативное восприятие правоохранительных органов говорит о том, что общественность может не воспринимать эти органы как значительно реформировавшиеся после беспорядков.

3. Экономическое воздействие

Опрос выявил общую неудовлетворенность экономическими условиями, несмотря на усилия правительства по проведению реформ.

Многие респонденты отмечают, что их экономическое положение не улучшилось с января 2022 года, а некоторые говорят о том, что стоимость жизни продолжает расти. Эти настроения отражают более широкие экономические проблемы, такие как инфляция и неравенство доходов, которые реформы еще не решили в полной мере.

Респонденты особенно обеспокоены олигархическим контролем над ключевыми отраслями и сохранением монополистической практики. Эта обеспокоенность говорит о том, что реформы не сделали достаточно для разрушения структур экономической власти, которые концентрируют богатство и влияние в руках немногих.

4. Реакция и подотчетность правительства

Многие респонденты ставят под сомнение способность правительства реагировать на требования общества. Хотя некоторые признают, что реформы были начаты, существует мнение, что эти реформы поверхностны и не заходят достаточно далеко в борьбе с коррупцией и обеспечении подотчетности в государственных органах.

Скептически оценивается и прозрачность действий правительства, респонденты выражают сомнения в том, осуществляются ли реальные изменения или это лишь символические жесты.

5. Социальные волнения и политическая стабильность

В опросе подчеркивается обеспокоенность по поводу социальных волнений и политической стабильности. Многие респонденты отмечают, что опасаются новых волнений, если правительство не предпримет более значимых шагов для устранения коренных причин протестов в январе 2022 года. Это подчеркивает важность эффективных реформ не только для восстановления экономики, но и для обеспечения долгосрочной политической стабильности.

6. Закон и правосудие

Судебная и правовая системы воспринимаются респондентами негативно. Наблюдается значительный недостаток уверенности в независимости и эффективности судебной системы, что ставит под сомнение верховенство закона и способность правовой системы привлекать к ответственности влиятельных лиц и институты.

Восприятие того, что система правосудия все еще подвержена политическому влиянию, может препятствовать общему доверию к процессу реформ.

7. Региональное и социальное неравенство

Региональные различия и социальное неравенство по-прежнему вызывают серьезную озабоченность у многих респондентов. Опрос показывает, что некоторые регионы чувствуют себя обделенными вниманием реформ: респонденты из этих регионов отмечают, что с января 2022 года их экономическое положение практически не улучшилось.

Это говорит о том, что реформы, возможно, не позволяют должным образом устранить региональное неравенство, что может привести к дальнейшему росту недовольства, если не принять меры.

8. Восприятие коррупции

Коррупция по-прежнему вызывает серьезную озабоченность у респондентов, и многие из них выражают сомнение в том, что реформы в достаточной степени решают эту проблему.

Сохранение коррупционной практики в государственных органах рассматривается как серьезное препятствие для значимых изменений, и респонденты, скорее всего, будут по-прежнему с недоверием относиться к государственным институтам, пока не будут предприняты более конкретные шаги по борьбе с коррупцией на всех уровнях.

В итоге, на основе анализа результатов социологического исследования очевиден вывод, что общественное мнение о функционировании исполнительной власти (правительства и акимов), складывается не в пользу государственной власти.

Помимо опросов граждан страны, существенное значение имеет мнение научной общественности, которое оно высказывает в СМИ. Ибо это тоже является общественным мнением, но уже профессиональным, а не обыденным.

Так, представляет большой интерес мнение авторитетного казахстанского экономиста, высказанное им в республиканской газете «Казахстанская Правда» (ссылка – Б. Хусаинов. «НЭП взамен экономики плутократии». Казахстанская Правда, 17 февраля 2022 г. Речь в ней идёт о Новой экономической политике (НЭП) страны, разработка которой была поручена исполнительным органам Главой государства на февральской 2022 года встрече с крупным бизнесом.

Отмечая, что в социально-экономическом развитии накопилась масса проблем, автор предлагает ряд рекомендаций руководству страны и правительства для выработки НЭП. В частности, по мнению экономиста необходимо «профессиональное и, как следствие, эффективное управление, в котором ведущая роль принадлежит Правительству страны и региональным органам управления, сейчас казахстанской экономике нужна «невидимая рука» государства, роль которой будет заключаться в создании эффективных институтов. Полагаем, что под «эффективными институтами» имеется вся система исполнительной власти Казахстана.

В заключение статьи автор, приводит две ремарки, имеющие, по нашему мнению, весьма важное значение: «Первая – Казахстану нужна всеобъемлющая экономическая политика, которая должна обеспечить качественный рост национальной экономики и общее процветание. Это предполагает устранение препятствий, мешающих темпам и качеству росту и достижению равенства в распределении доходов.

Вторая – следует различать Политику и Программу. Политика определяет направления развития страны на макроэкономическом и отраслевом уровне и включает определённый набор мер и действий, принципов и механизмов её реализации. По сути, политика представляет методологию для построения новой социально-экономической системы.

Программа – это конкретный план действий правительства по реализации новой экономической политики». Следует отметить, что Агентство по стратегическому планированию и реформам так и не разработало НЭП. Не сделало это и правительство республики.

В итоге, на основе анализа результатов социологического исследования очевиден вывод, что общественное мнение о функционировании исполнительной власти (правительства и акимов), складывается не в пользу государственной власти.

Помимо опросов граждан страны, существенное значение имеет мнение научной общественности, которое оно высказывает в СМИ. Ибо это тоже является общественным мнением, но уже профессиональным, а не обыденным. Так, представляет большой интерес мнение авторитетного казахстанского экономиста, высказанное им в республиканской газете «Казахстанская Правда» (ссылка – Б. Хусаинов. «НЭП взамен экономики плутократии». Казахстанская Правда, 17 февраля 2022 г. Речь в ней идёт о Новой экономической политике.

Отмечая, что в социально-экономическом развитии накопилась масса проблем, автор предлагает ряд рекомендаций руководству страны и правительства для выработки НЭП. В частности, по мнению экономиста необходимо «профессиональное и, как следствие, эффективное управление, в котором ведущая роль принадлежит Правительству страны и региональным органам управления, сейчас казахстанской экономике нужна «невидимая рука» государства, роль которой будет заключаться в создании эффективных институтов. Полагаем, что под «эффективными институтами» имеется вся система исполнительной власти Казахстана. В заключение статьи автор, приводит две ремарки, имеющие, по нашему мнению, весьма важное значение: «Первая – Казахстану нужна всеобъемлющая экономическая политика, которая должна обеспечить качественный рост национальной экономики и общее процветание. Это предполагает устранение препятствий, мешающих темпам и качеству росту, и достижению равенства в распределении доходов. Вторая – следует различать Политику и Программу. Политика определяет направления развития страны на макроэкономическом и отраслевом уровне и включает определённый набор мер и действий, принципов и механизмов её реализации. По сути, политика представляет методологию для построения новой социально-экономической системы. Программа – это конкретный план действий правительства по реализации новой экономической политики». Следует отметить, что Агентство по стратегическому планированию и реформам так и не разработало НЭП. Не сделало это и правительство республики.

Подводя итоги изученному в разделе 2 настоящей диссертационной работы, отметим следующее.

1. Общественное мнение, являясь совокупностью суждений, оценок и мнений, различных социальных слоев и групп населения, выступает важным фактором совершенствования демократии. Общественное мнение связано с насущными проблемами, которые непосредственно обусловлены условиями и качеством жизни населения страны.

2. Формирование государственной политики по развитию различных сфер общества, а также изменение и обновление подходов, методов ее реализации предполагает выдвижение и продвижение различных инициатив и проектов, как на национальном, так и региональном уровнях. Успешность и эффективность реализации инициатив и различных проектов руководства страны, а также иных государственных органов зависит от степени поддержки населения данных программ. Коллективное мнение может оказать положительное влияние на управленческие решения. Полученная и правильно организованная, своевременно обработанная и использованная информация может служить в нынешних условиях гарантом успешного развития казахстанского общества.

3. Оценка работы исполнительной власти (правительства, акимов) является важным условием реализации концепции «слышащего государства», предложенной Главой государства К.К. Токаевым. Правительство должно иметь не только свою программу экономических реформ, но и быть самостоятельным политическим актором, иметь политическую волю для реализации этой политики. По результатам экспертного опроса Правительство Казахстана во главе с А. Смаиловым являлось проводником корпоративной экономической стратегии. Правительство не смогло выйти на новую модель экономического роста, не преодолело старых проблем и общественное мнение о функционировании исполнительной власти (правительства и акимов), судя по полученным данным, осталось негативным.

4. Для эффективного функционирования государства, развития демократии, решения многих актуальных проблем экономической и социальной жизни требуется обратная связь с населением. В этом контексте Паблик рилейшнс, необходим для взаимодействия институтов и организаций с населением страны и формирования нового общественного мнения. Современный Казахстан представляет собой систему, в которую входит множество различных социально-демографических и этнонациональных страт. В рамках каждой из них складывается групповое мнение, которое также считается общественным.

5. Для выработки НЭП и последующих адекватных решений по её реализации необходимо учитывать мнение научной общественности. Это, в частности, касается не только НЭП, но и национальных проектов, государственных программ и других важнейших документов. В международной практике всё больше продвигается концепция принятия в государственном секторе решений на основе не идеологии или политической конъюнктуры, а данных, полученных в результате исследований. Не секрет, что в постсоветских экономиках принимаемые государственные решения зачастую не подкреплены достаточными знаниями и достоверными доказательствами. Как следствие, в сфере государственного управления искажается реальное восприятие социально-экономических процессов. Дефицит знаний для принятия управленческих решений в госсекторе, а также постоянно растущий запрос со стороны общества на большую открытость государства определили развитие в международной практике доказательных подходов, и, как результат, – доказательной политики (evidence-based policy). В частности, ОЭСР определяет доказательную политику как принятие управленческих решений на научной основе. Это предполагает использование информации, полученной научно обоснованными методами, на разных стадиях: от понимания существа проблемы до оценки результативности принятых мер. Однако, для реализации доказательной политики необходимо не только наличие научно обоснованной информации, но и спроса на неё.

1. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА
   1. Основные проблемы и противоречия в медиакоммуникационной сфере Казахстана

Одним из важных инструментов влияния в современном обществе современного общества является информация. Тенденции в медиа пространстве Казахстана заметно сказываются на взаимодействии государства и общества, тем самым определяя повестку дня государственных органов. В целях определения основных направлений информационной работы и формы подачи государственной информации необходим постоянный мониторинг изменений медиа предпочтений казахстанцев.

Еще в 2009 году правительством Казахстана была поставлена задача: создание конкурентоспособных СМИ Казахстана, которые своим контентом могли не только заинтересовать казахстанскую аудиторию, но и привлечь российскую. Это очень большой вызов, и здесь должны быть мобилизованы значительные ресурсы, т.к. де факто 55% населения Казахстана живет в российском информационном пространстве» [156, с. 12].

Согласно исследованиям Бюро экспресс-мониторинга общественного мнения Деmоsсоре, 30% казахстанцев информацию о событиях в Украине узнают из российских средств массовой информации. Независимая компания Gаlluр в процессе исследования опроса населения по вопросам международной политики выявила, «что 72% казахстанцев поддерживает политику руководства Российской Федерации. По этим показателям в Таджикистане эта цифра составляет 93% и в Кыргызстане – 79%. Хотя в вышеупомянутых цифрах есть различия, однако очевидно информационное доминирование России в Центрально-Азиатском регионе» [156, с. 12].

На общественное мнение в Казахстане до сих пор влияет телевидение, которое занимает лидирующие позиции по охвату аудитории и составляет 80% [156, с. 3]. Первый канал по замерам эфирного пространства занимает первое место. РТР планета также входит в тройку лидеров [156, с. 13]. Надо отметить, что целевая аудитория российских каналов, в основном, домохозяйства. Все это доказывает преобладание российских каналов в казахстанском информационном поле.

Сущность концепции национальной безопасности выражается в информационной безопасности Казахстана. Общественный дискурс по главным геополитическим событиям, которые происходят на пространстве Содружества Независимых Государств, а также внутренние и внешнеполитические события в Казахстане формируются сильной и профессиональной пропагандой российского телевидения. Поэтому специальным органам государственной власти важно осознавать весь комплекс проблем по развитию конкурентного, сильного и развитого медийного рынка в Республике Казахстан.

Основные направления реформирования сложившейся системы регулирования медийного рынка в Республике Казахстан:

– развитие системы государственного регулирования медийного рынка в Республике Казахстан;

– улучшение ведения бизнеса на медиарынке Казахстана;

– развитие инфраструктуры медиарынка. Чтобы развивать государственное и частное телевидение необходимо создавать равные возможности для всех участников телевизионной индустрии, а также защитить национальный рынок от внешних факторов;

– существует необходимость в системной подготовке профессиональных журналистских кадров. Свою положительную роль в совершенствовании профессиональных журналистов сыграла бы организация тренингов и обучающих семинаров, академических и профессиональных обменов в сотрудничестве с лучшими западными институтами и изданиями – телеканалами» [156, с. 35–41].

Таким образом, посредством развития инструментов саморегулирования, например, таких, как «редакционный омбудсмен» или «советы прессы» можно развивать собственную правовую грамотность и стремиться к реализации своих прав, коллективно отстаивая свои права и популяризуя принцип верховенства закона в публикуемых материалах [157, с. 47]. Вышеуказанные мероприятия повышают доверие граждан к журналистскому сообществу и снижают государственное давление на средства массовой информации.

По нашему мнению, роль средств массовой информации состоит, прежде всего, в служении обществу, предоставляя достоверную информацию, а также в совершенствовании и развитии общества. В свою очередь, долг журналиста заключается в подаче честной информации и способности концентрировать внимание общества на проблемах и недостатках, угрозах и неудачах, которые есть в социуме. Журналисты выполняют важную роль в обществе, в том числе в роли критиков. Критика может быть простой, выражающей оценочную реакцию автора, или более основательной, основанной на обдуманном суждении о ценностях и принципах. Однако, критика – это сложный вид деятельности, требующий одновременно способности к анализу, интеллектуальности, разумности и компетентности.

Когда журналист выступает в роли критика, его задача заключается не только в выявлении проблем, недостатков или ошибок, но и в предоставлении объективной и аргументированной оценки. Более глубокая и вдумчивая критика может быть основана на более широком контексте, включающем нормы, ценности и ожидания общества.

Качественная критика требует размышлений, анализа фактов и обоснованных выводов. Она должна быть основана на знаниях, исследованиях и опыте, чтобы быть компетентной и авторитетной. Компетентный журналист должен иметь глубокое понимание темы, о которой пишет, и быть в состоянии представить читателям информацию, которая позволяет им сделать собственные обоснованные выводы.

Таким образом, журналистская критика – это сложный процесс, требующий интеллектуальных усилий, размышлений, благоразумия и компетентности. Критика, основанная на обдуманных суждениях и ценностях, может способствовать общественному диалогу, повышению качества информации и прогрессу общества в целом.

Для реализации своей информационной политики Казахстан предпринял ряд шагов. Во-первых, за последние годы фактически обновлена технологическая база казахстанского телевидения и радио, государство от заявлений о стремлении к информационному обществу, перешло к практическим действиям. Фактически созданы условия для развития онлайновых медиа, для универсального доступа к Интернету в каждом городе, повышено качество предлагаемых услуг. Во-вторых, «план действия» Казахстана в формировании медиа-системы привел к ускорению развития современной технологической инфраструктуры СМИ, к активному использованию кабельного и спутникового телевидения, существенным изменениям в сфере производства как традиционных, так и новых СМИ страны. В-третьих, субъекты медиа пространства становятся активными участниками политического процесса и выступают инструментом конструирования политической действительности. Средства массовой информации посредством воздействия на общественное сознание приобщают к демократическим ценностям, консолидируют гражданское общество и развивают политическую культуру.

По данным Brand Analytics уровень компьютерной и цифровой грамотности населения Казахстана составляет 76,2%. Около 2 млн. активных пользователей зарегистрировано в популярной сети нашей страны «ВКонтакте», 1.5 миллиона в Instagram, 2.5 млн. зарегистрированных пользователей в сети Facebook. Однако, активных пользователей в ней около 390 тысяч. В Twitter 28.600 казахстанских пользователей. 14 миллионов казахстанцев имеют доступ к интернету. Объективно из 18 миллионов населения, по данным веб трафика Stat Counter, социальными сетями пользуются около 4 миллионов. Активны в социальных сетях, пишут комментарии и посты, входят в различные сообщества около 3 миллионов пользователей [158]. Данная информация, показывает, что число казахстанских пользователей социальных сетей является новым форматом выражения общественного мнения.

К 2023 году количество интернет-пользователей в мире составляет более 5 миллиардов человек. В сравнении с 2022 годом это на 4% больше. На 13% увеличилось число пользователей социальных сетей в 2022 году составило 3.85 миллиарда человек, а к 2023 году 4,76 миллиарда человек. Также число пользователей мобильных телефонов по сравнению с 2022 годом увеличилось на 4 % и составило 5.44 миллиарда.

В мае 2022 года и в январе 2023 компанией HubSpot Blog провели опрос среди 600 американцев, о том какие социальные сети являются для них наиболее интересными. Facebook считается наиболее популярной (69%), Instagram (45 %) Tik Tok (33%), Twitter (30%) [159].

Если сравнивать популярные социальные сети Казахстана, то стоит обратить внимание не на количество зарегистрированных аккаунтов, а на количество активных пользователей.

В то же время, остается часть населения, которая использует классические средства массовой информации для получения необходимой информации (таблица 5)

Таблица 5 – Виды средств массовой информации в Республике Казахстан

|  |  |
| --- | --- |
| **Виды СМИ** | **Количество** |
| ППИ | 3961 |
| Телеканалы | 201 |
| Радио | 88 |
| ИА | 618 |
| Сетевые издания | 515 |
| Отечественные СМИ | 5338 |
| Иностранные СМИ | 293 |

Например, по данным Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан, по состоянию на 2022 год в стране было зарегистрировано 460 активных средств массовой информации. Из их числа средств массовой информации 158 являлись периодическими изданиями, 4 телеканала, 2 радиостанции, 228 новостные и интернет-издания.

Согласно социологическому опросу, проведенному digital-хаб Wunder digital, 17,3 млн казахстанцев используют информационно-аналитические сайты для получения информации о внутренних событиях. Рост использования Интернета увеличивается с каждым годом рост числа пользователей Интернета приводит к увеличению критичности и делает последствия сбоев и вредоносных воздействий на технические средства более заметными. Вместе с этим распространение вредоносных программ на компьютерах и мобильных устройствах также возрастает с ростом числа пользователей. Большинство пользователей не применяют специализированное программное обеспечение для защиты своих устройств, будь то компьютеры, смартфоны или планшеты. Киберпреступники используют это и увеличивают количество атак, направленных на заражение устройств вредоносными программами. Небрежное отношение к безопасности при использовании интернет-ресурсов и социальных сетей может привести к нарушению конфиденциальности, несанкционированному доступу или изменению общедоступных персональных данных, а также раскрытию персональных данных с ограниченным доступом или получению их злоумышленниками или специальными службами, если они хранятся на серверах в других государствах. Риск становится все более ощутимым.

Важно отметить, что низкий уровень юридической грамотности в области информационной безопасности и недостаток осознанного интереса в повышении безопасности среди населения, IT-специалистов и руководителей организаций создают благоприятную среду для развития киберпреступности и преступности в сфере информации. Недостаточное знание о правилах и методах защиты информации позволяет преступникам находить уязвимые места и совершать преступления в сети.

Для снижения рисков и защиты от киберугроз необходимо обратить больше внимания на информационную безопасность и повысить уровень осведомленности пользователей. Распространение знаний о безопасности в интернете, обучение основам кибергигиены и применение эффективных средств защиты помогут снизить уязвимость и риск доступности информации в онлайн- среде.

Анализ показывает, что значительная часть населения Республики Казахстан имеет положительный уровень доверия к различным информационным источникам. Согласно данным, 51,4% частным СМИ доверяют 9,6% и 39% не доверяют никому [160].

Укрепление и формирование положительного имиджа государственной службы в Республике Казахстан является одним из приоритетных направлений в развитии государственной системы. Реализация этой задачи в значительной степени зависит от профессионализма государственных служащих, а также создания эффективной административной структуры.

Профессионализм государственных служащих играет ключевую роль в обеспечении эффективности государственного аппарата. Квалифицированные и компетентные служащие способствуют решению задач государства и обеспечению качественного предоставления услуг населению. Поэтому развитие и поддержка профессионализма в государственной службе имеет важное значение для успешного функционирования государства и удовлетворения потребностей граждан.

В качестве самостоятельной отрасли знания имиджеология стала оформляться в конце 50-х годов нашего столетия. Имиджеология формируется и реализуется в определенной цивилизованной среде, испытывает воздействия политических и культурологических факторов. Она темпоральна и во многом зависит от своего времени, от конкретно-исторических и цивилизованных условий, от господствующей в обществе системы идейно-политических взглядов, от уровня развития людей, их миропонимания, политической культуры. Объектами имиджеологии считаются сфера политических коммуникаций и технологий, все происходящие в ней процессы и явления. Предметом её являются закономерности формирования и развития лидерских качеств личности, искусство самопрезентации. Она располагает категориальным аппаратом, позволяющим доминировать в коммуникации, и широко использует различные методы сбора данных (комплексные, научные, социологические исследования, опросы, качественный анализ политических персонажей, исторические хроники). Различают типы имиджа, которые выделяются в зависимости от их носителя. Носителем политического может быть страна, партия, политическая организация, событие, отдельная политическая должность. Родоначальник исследований в области имиджеологии О. Феофанов, проводя сопоставительный анализ таких явлений массового сознания, как «стереотип» и «имидж» пришел к следующему выводу: «Особенности и стереотипы образов различаются. Первое изображение – это специально «созданное» и «составленное» представление. Изображение-это представление, которое надежно фиксирует разницу между одним явлением и другим, что является предвзятым представлением и различием. Стереотип означает упрощение изображения, но, по крайней мере, частично отражающее характеристики и характеристики уникального явления и представляющее, по крайней мере, эффект рисунка» [161, с.93].

Развитие гражданского общества является одной из ключевых стратегических задач государственной политики. Президент Республики Казахстан, К.К. Токаев, неоднократно подчеркивал, что развитие гражданского общества и демократии, обеспечение прав и свобод граждан, а также эффективная организация самого государства являются неотъемлемыми условиями для решения актуальных задач, стоящих перед страной.

Гражданское общество представляет собой динамичную и самоорганизующуюся сферу общественной жизни, в которой граждане активно участвуют в принятии решений, выражении своих мнений и контроле над деятельностью государства. Развитие гражданского общества способствует укреплению демократических институтов, защите прав и свобод граждан, повышению прозрачности и открытости в деятельности органов власти.

Осуществление реформ и достижение поставленных целей требуют активного участия и поддержки со стороны гражданского общества. Развитие гражданского общества способствует формированию активной гражданской позиции, стимулирует взаимодействие между гражданами, неправительственными организациями и государственными институтами для достижения общественного блага.

Таким образом, развитие гражданского общества является важным фактором для достижения целей государства, обеспечения стабильности и процветания, а также повышения уровня демократии и защиты прав граждан в Республике Казахстан [115].

В целях реализации концепции «слышащего государства» 2 июня 2020 года было принято Постановление Республики Казахстан «О проекте Указа Президента Республики Казахстан «Об утверждении Концепции развития гражданского общества в Республике Казахстан до 2025 года». Данная Концепция была разработана Министерством информации и общественного развития Республики Казахстан, прошла широкое обсуждение с участием институтов гражданского общества, экспертного сообщества, средств массовой информации. С декабря 2019 года находилась в разработке Национального совета общественного доверия. Принятие и реализация данной Концепции позволит реализовать в Казахстане модель «слышащего государства», снизить монополию государства на власть, повысить гражданскую активность, усилить механизмы общественного контроля, осуществить передачу государственных функций в общественный сектор, активизировать казахстанские институты гражданского общества на международной арене [162].

Следует заметить, что в Казахстане отмечается рост гражданской активности и актуализация гражданских ценностей среди молодежи. С одной стороны, активность молодежи есть фактор общественно-политического развития, социальных инноваций имеет конструктивное начало. С другой стороны, молодежный активизм иногда проявляется в протестном поведении, радикальных молодежных субкультурах, что может послужить благодатной почвой для распространения экстремистских и радикальных настроений и установок. В связи с этим необходим постоянный мониторинг вовлеченности молодежи в различные формы общественно-политической активности, выявление факторов, способствующих деструктивной активности молодежи. Безусловно, активное гражданское общество – это одно из жизненно значимых условий для становления демократического правового государства. При этом в данном процессе важнейшей составляющей является активное, социально полезное поведение человека, которое способствует развитию общества и государства.

Завершая рассмотрение данного параграфа, сделаем некоторые выводы

1. В информационной политике нашего Казахстана выявлены следующие недостатки, которые требуют своего разрешения. Во-первых, государство вместо информирования, разъяснения и консультирования реализуемых государственных программ и реформ осуществляет через СМИ идеолого- пропагандистскую политику. Во-вторых, отсутствует стратегический подход к государственной информационной политике. В-третьих, государство не занимается защитой собственного информационного поля, которое находится под российским влиянием, казахстанский медиарынок не в состоянии конкурировать с российским медиа-рынком. В-четвертых, повестку средств массовой информации формируют социальные сети из-за неэффективных каналов коммуникаций между государством и гражданским обществом, а также из-за недостаточного профессионализма чиновников и неэффективной реализации государственного заказа. В-пятых, отношения между государством и СМИ, которые, с одной стороны, направлены на оказание помощи СМИ, с другой, имеют тенденцию монополизировать информационное пространство страны. Не созданы равные возможности для развития средств массовой информации. В-шестых, общественное мнение в Казахстане пока не стало активным субъектом процесса принятия политических решений. Казахстанская общественность реагирует на политические и экономические события, но недостаточно включена в сам процесс подготовки и принятия решений, механизм взаимодействия гражданского общества и государства требует своего дальнейшего развития. Роль общественного мнения непосредственно зависит от политической системы и демократизации общества.

2. Отсутствие должного уровня правовой осведомленности в области информационной безопасности и несформированные потребности в ее повышении у населения, специалистов в сфере информационно- коммуникационных технологий и руководителей организаций способствуют развитию правонарушений и преступлений в информационной сфере.

Низкая правовая грамотность означает, что многие люди не обладают достаточными знаниями и пониманием важности соблюдения законов и правил, касающихся информационной безопасности. Это может приводить к неосторожному обращению с конфиденциальными данными, неправильному использованию информационных ресурсов и неподходящим мерам защиты информации. Без должной осведомленности люди становятся более уязвимыми перед различными видами мошенничества, кибератаками и другими информационными преступлениями.

Кроме того, отсутствие формировавшихся потребностей в повышении правовой осведомленности в этой области означает, что люди не осознают необходимость обучения и развития своих навыков в области информационной безопасности. Это может привести к игнорированию возможных рисков и уязвимостей, связанных с использованием информационных технологий, и оставить их без должной защиты.

Такая ситуация создает благоприятные условия для развития правонарушений и преступлений в информационной сфере. Злоумышленники, зная о недостаточной подготовке и осведомленности людей, могут использовать это в своих целях, осуществлять кибератаки, фишинг, мошенничество и другие виды информационных преступлений. Недостаток осведомленности и неправильное использование информационных технологий также может привести к утечке конфиденциальных данных и нарушению частной жизни людей.

Для преодоления этих проблем необходимо уделить должное внимание повышению правовой грамотности в области информационной безопасности. Это включает проведение образовательных программ, осведомительных кампаний, обучение работников в сфере информационных технологий и разработку эффективных механизмов защиты информации. Кроме того, необходимо повысить сознательность по поводу важности информационной безопасности и ее роли в современном обществе.

Организации и государственные органы должны сыграть активную роль в повышении осведомленности и обучении своих сотрудников вопросам информационной безопасности. Это может быть достигнуто через проведение обучающих семинаров, тренингов, создание внутренних правил и процедур, а также назначение ответственных лиц за информационную безопасность в организациях.

Помимо этого, государство должно активно работать над созданием и совершенствованием законодательства в области информационной безопасности. Законы и нормативные акты должны устанавливать правила и требования для защиты информации, наказывать нарушителей и обеспечивать сотрудничество между государственными органами, организациями и общественностью.

Повышение правовой грамотности в области информационной безопасности должно стать приоритетной задачей для образовательных учреждений. Обучение студентов, школьников и даже детей основам информационной безопасности поможет им развить необходимые навыки и осознание рисков, связанных с использованием информационных технологий.

Наконец, общественные организации и СМИ также должны принять активное участие в повышении осведомленности о вопросах информационной безопасности. Они могут осуществлять информационные кампании, публикации, проводить образовательные мероприятия и создавать платформы для обмена знаниями и опытом.

Все эти усилия помогут повысить уровень правовой грамотности в области информационной безопасности и сделать информационную сферу более защищенной. Это важный шаг для содействия безопасному и надежному использованию информационных технологий, защите персональных данных и предотвращения преступных действий в информационной среде.

3. Субъекты медиа пространства становятся активными участниками политического процесса и выступают инструментом конструирования политической действительности. Средства массовой информации посредством воздействия на общественное сознание приобщают население к демократическим ценностям, консолидируют гражданское общество и развивают политическую культуру.

С учетом результатов экспертного опроса (приложение А), а также на основании проведенного в настоящей диссертации исследования полагаем целесообразным реализовать в Казахстане следующие наши рекомендации:

– усилить деятельность, направленную на укрепление конкурентоспособности отечественных СМИ посредством поощрения конкуренции внутри информационного пространства и создать условия для развития плюралистических средств массовой информации;

– развивать инфраструктуру медиарынка, чтобы защитить собственное информационное поле от внешних факторов;

– развивать интернет-журналистику, создавать качественный казахоязычный контент, усилить самоконтроль и самоцензуру негосударственных средств массовой информации;

– необходимо обучение населения основам медийной информационной грамотности;

– повышение эффективность коммуникаций, обратной связи между государством, гражданским обществом и средствами массовой информации.

Таким образом современные социальные сети и СМИ предоставляют огромные возможности для установления взаимодействия и обмена информацией, что способствует развитию гражданского общества. Они создают площадки, где граждане могут обсуждать актуальные вопросы, выражать свои мнения и идеи, инициировать общественные дебаты и сотрудничать для решения различных проблем.

Социальные сети и СМИ обеспечивают доступ к информации и новостям, что позволяет гражданам быть в курсе происходящего и принимать осознанные решения. Они предоставляют платформы для выражения гражданской позиции, формирования общественного мнения и влияния на принятие решений в обществе. Такие технологии дают возможность гражданам не только получать информацию, но и активно взаимодействовать друг с другом и с властными структурами.

Благодаря социальным сетям и СМИ, все больше людей может ощутить свою значимость и влияние на общественно-политические и экономические процессы. Они могут выражать свои требования, предлагать идеи, обсуждать важные вопросы и инициировать изменения. Это способствует активизации гражданской активности и вовлеченности граждан в принятие решений, повышению качества управления и развитию демократических процессов.

Однако необходимо учитывать, что социальные сети и СМИ также могут стать площадкой для распространения дезинформации, манипуляций и негативного влияния. Поэтому важно развивать медиа-грамотность у граждан, чтобы они могли критически оценивать информацию, различать факты от мнений и принимать обоснованные решения.

Социальные сети и СМИ предоставляют гражданам возможность активного участия в общественно-политической жизни, формирования общественного мнения и влияния на процессы принятия решений. Однако для достижения положительных результатов необходимо обеспечить развитие социальных сетей и СМИ в соответствии с принципами прозрачности, независимости и этичности. Важно поддерживать свободу слова и доступ к информации, одновременно борясь с распространением дезинформации и ненадлежащего контента.

Для повышения эффективности социальных сетей и СМИ необходимо также обратить внимание на развитие медиа-грамотности среди населения. Граждане должны научиться критически анализировать информацию, проверять ее достоверность и различать факты от мнений. Образование и информационная грамотность должны стать приоритетными задачами, чтобы граждане могли осознанно использовать социальные сети и СМИ в своих интересах.

Кроме того, необходимо укрепить механизмы саморегулирования и ответственности в сфере социальных сетей и СМИ. Это включает разработку этических стандартов, контроль за соблюдением законодательства и принципов информационной безопасности, а также возможность граждан обратиться за защитой своих прав в случае нарушений.

Социальные сети и СМИ имеют огромный потенциал для развития гражданского общества и укрепления демократических процессов. Они способствуют активному взаимодействию граждан, формированию общественного мнения и принятию осознанных решений. Однако для полной реализации этого потенциала необходимо продолжать работу над развитием медиа-грамотности, этическими стандартами и механизмами саморегулирования, чтобы социальные сети и СМИ стали действительно эффективными инструментами гражданского участия и развития общества.

* 1. Институционализация общественного мнения в Казахстане как условие повышения эффективности государственного управления

Одним из основных инструментов разработки и построения эффективной государственной политики и государственного управления сегодня является изучение общественного мнения и управление им.

Немаловажна роль социальных сетей в повышении прозрачности государственного управления и укреплении взаимодействия между гражданами и государственными учреждениями. Взаимодействие граждан с правительством и обществом способствует обсуждению социальных и политических вопросов, положительно влияет на внимание граждан к политическому процессу, проведению государственных программ и политики.

«...анализ социальных сетей позволяет отслеживать процесс мобилизации и вывода конкурирующих заинтересованных сторон в ответ на различные изменения, принятые правительством, сравнивая результаты опроса и результаты общественных консультаций, проведенных Правительством» [163, с. 117].

Необходимо публиковать информацию из открытых источников для постоянного мониторинга изменения общественного мнения о взаимодействии государственных институтов. Необходимо более полно раскрывать деятельность и других общественных советов с целью расширения возможностей граждан в процессе принятия решений государственным органом. В настоящее время в Казахстане действуют 230 общественных советов республиканского и регионального уровня. Проводятся общественные слушания, экспертиза нормативно-правовых документов, мониторинг социально значимых вопросов и решений государственных учреждений.

Благодаря использованию краудсорсинговых платформ в социальных сетях активные участники гражданского общества получают возможность принимать участие в процессе принятия управленческих решений. Казахстан уже накопил значительный опыт в построении матричных и сетевых структур, которые обеспечивают горизонтальное и вертикальное распространение информации. Фактически, применение технологий краудсорсинга размывает границы между политиками, государственными служащими, профессиональными сообществами, организациями гражданского общества и обычными гражданами.

Краудсорсинг позволяет обратиться к массовой аудитории для получения идей, мнений и экспертной информации, что способствует более широкому участию граждан в процессе принятия решений. Это создает возможности для совместной работы и сотрудничества различных сторон, привлекая разнообразные знания и опыт, что способствует повышению качества принимаемых решений.

Благодаря использованию краудсорсинга в социальных сетях, граждане имеют возможность активно влиять на политические, социальные и экономические процессы. Они могут высказывать свои предложения, обсуждать важные вопросы, выражать свою позицию и вносить свой вклад в развитие общества. Такой подход способствует укреплению демократических ценностей, участии граждан и формированию открытой и прозрачной системы управления. Однако необходимо учитывать, что использование краудсорсинга также сопряжено с определенными вызовами и ограничениями. Необходимо обеспечить надлежащую модерацию и фильтрацию информации, чтобы избежать распространения дезинформации или негативного контента. Также важно гарантировать равенство доступа к платформам краудсорсинга и участие всех граждан, включая тех, кто может испытывать трудности с использованием современных технологий. Это требует развития цифровой грамотности и обеспечения доступа к образовательным ресурсам для всех слоев населения.

В целом, использование краудсорсинга в социальных сетях предоставляет уникальные возможности для активного участия граждан в принятии решений и формировании общественной политики. Он способствует укреплению гражданского общества, улучшению качества принимаемых решений и повышению уровня доверия между властью и населением. При правильном использовании этих технологий мы можем достичь более справедливого и открытого общества, где каждый гражданин имеет возможность выразить свое мнение и внести свой вклад в развитие страны.

Краудсорсинг способен обеспечить соблюдение прозрачности и открытости политики страны при разработке стратегических документов, в том числе государственных исследований. Примером этого является зарубежный опыт. Например, краудсорсинговые платформы: Общественный контроль в США (SeeClickFix), краудсорсинг в Великобритании (FixMyStreet), Китае(CCDI) и др.

В Казахстане есть опыт краудсорсинга с использованием платформ с участием широкого круга населения, осуществляемый учреждениями Республики Казахстан по вопросам государственной службы и противодействия коррупции. Очевидным преимуществом краудсорсинга является учет интересов различных социальных групп для обеспечения налаживания диалога между государством и обществом, а также повышения уровня работы.

Опыт работы с общественными советами и краудсорсинговыми платформами в Казахстане является положительным, при этом новые формы и технологии могут потребовать участия граждан в процессе управления. Речь идет об активной части гражданского общества, а также о привлечении широкого круга людей, объединении их для принятия управленческих решений. Мы считаем, что активное гражданское общество является одним из основных условий формирования демократического правового государства. При этом главной составляющей является общественно полезное поведение человека.

Формирование гражданского общества представляет собой одну из важнейших стратегических задач государственной политики, о чем неоднократно отмечал Президент РК К.К. Токаев. Президент призвал вовлекать институты гражданского общества в обсуждение наиболее актуальных общегосударственных задач, формировать ориентиры по развитию диалога власти и общества [115]. Развитие гражданского общества имеет существенное значение, поскольку оно способствует интеграции различных интересов и потребностей общества, объединяя общественные, частные и индивидуальные сферы. Гражданское общество играет важную роль в формировании экономической, политической и нравственной среды, оказывая влияние на различные аспекты жизни людей.

Гражданское общество действует как механизм, способствующий взаимодействию и связи между общественными, частными структурами и государством. Оно обеспечивает передачу информации, установление связей и формирование практически значимых отношений между этими акторами. Такое взаимодействие является необходимым для создания эффективных форм управления и решения актуальных задач, стоящих перед обществом в целом.

Развитие гражданского общества способствует участию граждан в процессе принятия решений, формировании политики и общественных изменений. Оно способствует расширению возможностей каждого гражданина выражать свои мнения, права и интересы, а также повышает уровень доверия и взаимодействия между гражданами и государством.

Таким образом, развитие гражданского общества является неотъемлемой частью процесса формирования открытого и демократического общества, где каждый гражданин имеет возможность активно участвовать в принятии решений, способствовать социальным изменениям и стремиться к общему благосостоянию.

Гражданское общество, в определенной степени, стало синонимом и показателем экономического, политического и культурного развития общества, поэтому так важно понимание направление его развития, учет особенностей казахстанских реалий.

Проблематика изучения общественного мнения в системе государственного управления представляет собой сложную и объемную область исследований. В современной эпохе виртуальное информационное пространство стало доступной формой коммуникации и получения информации, играющей важную роль в решении множества задач.

Например, в контексте трансформационных процессов, происходящих в современном обществе и системе государственного управления, все большее значение приобретает участие крупных социальных групп и сообществ в решении социальных проблем государства. Важную роль также играют негосударственные организации, объединения и лидеры общественного мнения, активно выражающие свои позиции в социальных сетях и обладающие значительным влиянием.

В связи с этим возникает необходимость в серьезном научном исследовании проблематики общественного мнения. Быстрые и значительные изменения, происходящие в казахстанском обществе, особенно в контексте политической и социально-экономической реформ, требуют соответствующего и своевременного анализа общественного мнения.

Такой анализ позволит лучше понять потребности, ожидания и предпочтения граждан, а также оценить эффективность принимаемых решений и политик. Он поможет государственным органам управления наладить более конструктивное взаимодействие с обществом, учитывая разнообразные голоса и мнения граждан.

Значительное число стран в области формирования и совершенствования моделей публичного управления прошли уже три стадии. И.В. Понкин характеризует их следующим образом: «Первой стадией, согласно такой классификации, была традиционная модель, в которой публичное управление рассматривалось в качестве совокупности государственных структур, учреждений и процессов. Второй стадией явилась модель публичного управления, ориентированная на применение иных подходов к управлению, эффективное использование ресурсов и больший отклик на потребности общества. Третья стадия, отражаемая концепцией «нового» публичного управления, является продолжением предыдущей концепции с привлечением более эффективных механизмов достижения поставленных целей» [164, c. 97].

Следует отметить, что зачастую у граждан со средним и низким уровнем дохода ограничен доступ к информационным технологиям, не всегда имеется возможность выражения своего мнения, участия в открытом диалоге с властью, в принятии решений.

В параграфе 1.4 данного диссертационного исследования нами исследована роль искусственного интеллекта в формировании и управлении общественным мнением. Быстрый рост сверхкорпораций демонстрирует еще один важный аспект новой конкуренции. Борьба за ресурсы уходит в прошлое и заменяется борьбой за большие данные, генерируемые людьми. Ускорение мировых тенденций в сфере разработки и внедрения искусственного интеллекта знаменует значительные геополитические изменения в ближайшие годы. Подобно тому, как промышленная революция в свое время способствовала росту США и других стран с развитой экономикой, технологии искусственного интеллекта сегодня способны внести радикальные изменения в глобальный порядок. Изо дня в день разрыв между государствами, которые инвестировали в сферу искусственного интеллекта (лидерами являются США и Китай) и теми, кто не успел этого сделать, увеличивается. И это становится новым фактором глобального неравенства.

«Казахстан находится на пороге формирования новой государственной и общественной структуры, основанной на технологии искусственного интеллекта. И Казахстан должен стать неотъемлемой частью новой технологической среды, основанной на интегрированных системах глобальных коммуникаций» [106, с.252-253].

Казахстан создал программное обеспечение нового поколения с искусственным интеллектом – «ДІОS», которое, по мнению разработчиков, на 70% обеспечит реализацию задач государственной программы «100 шагов» и будет эффективно содействовать реализации стратегии «Казахстан-2050». Данная программа решает проблему обработки, оптимизации данных, обеспечение безопасности и сохранения информации [165].

В Казахстане на государственном уровне реализуются проекты, которые имеют существенное значение и формируют необходимую базу для различных возможностей искусственного интеллекта. Так, с 2018 года был начат государственный проект «SМАRТ ДАТА UКІМЕТ» целью которого является разработка инструментов по исполнению государственных программ и мониторинг экономического роста посредством создания единого пространства данных, моделирование организационно-управленческих решений, мониторинг и прогнозирование текущей ситуации. Проект продлился до 2021 года. В 2020 году был запущен трехлетний проект «Единое хранилище данных» в целях обеспечения информационной безопасности, контроля базы данных и повышения эффективности государственного управления. Также интерес представляет проект «ДАТА PRОТЕСТIОN АGЕNСY» – единый центр, который будет отвечать за сохранность персональных данных граждан Казахстана, одним из ожидаемых результатов которого является повышение доверия к государству как со стороны граждан, так и бизнес сообщества [166].

Следует отметить, что в рамках Плана нации предусмотрено формирование современного подотчетного государственного аппарата, одним из критериев которого является доступность государственных органов населению страны. Высокий уровень доступности и открытости работы государственных институтов повышает степень информированности населения о государственных программах и уровень качества реализации проектов государства. Кроме того, своевременное, оперативное и качественное оказание государственных услуг со стороны государственных органов повышает доверие населения в целом.

Казахстан добился значительного прогресса в разработке и внедрении системы «электронного правительства» (портал еGоv). Сегодня 85,7% государственных услуг население страны получает через электронный доступ. Портал еGоv имеет 8,9 миллиона зарегистрированных пользователей, а с помощью мобильного приложения mGоv, которое было скачано более 1,5 миллиона раз, можно получить порядка 90 государственных услуг. В нашей стране уровень проникновения домашних широкополосных сетей составляет порядка 80% [167].

Согласно Обзору ООН по уровню развития «электронного правительства», опубликованному в 2020 году, Казахстан в рейтинге ООН по электронному правительству занимал 29 место из 193 стран мира, опустившись на 1 позиций. Однако по последним данным, Казахстан улучшил свои позиции и в 2022 году занял 28 место среди 193 стран членов ООН. Государство входит в тройку ведущих азиатских стран по индексу онлайн услуг. Около 84% государственных услуг представляются в онлайн режиме [168]. По уровню развития информационно-коммуникативных технологий Казахстан оценивается в рейтингах Международного союза электросвязи и Всемирного экономического форума. Так, по результатам последнего отчета Международного союза электросвязи по индексу развития информационно-коммуникативных технологий за 2022 год Казахстан занял 36 место среди 193 стран мира, а в 2020 года по индексу сетевой готовности Казахстан занял 56 место среди 134 стран мира. [169, c.4].

В целях качественной реализации и достижения целевых индикаторов государственной программы «Цифровой Казахстан» на постоянной основе проводились круглые столы, конференции, а также заседания Международного экспертного совета, на которых рассматривались результаты реализации Государственной программы «Цифровой Казахстан». По итогам проведенных заседаний получено более 150 рекомендаций, из них около 80% уже успешно исполнены, остальные находятся в процессе исполнения.

Можно отметить следующие проекты 2019 года и 2020 года:

 разработан законопроект «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования цифровых технологий»

 реализован проект «Smart Data Ukimet» и проект «Smart bridge».

 прорабатывается сотрудничество с компанией Amazon Web Service в части проведения обучения по большим данным.

 прорабатывается сотрудничество с корейской стороной – компанией NIA с привлечением инвестиции 1 млн. долларов США.

 прорабатывается вопрос реализации проекта GIGA – совместная глобальная инициатива ЮНИСЕФ и МСЭ GIGA направлена на преодоление цифрового разрыва между городским и сельским образованием [170, с. 21]174.

На наш взгляд, проводимые работы содействуют развитию информационно-коммуникативных технологий, которые нацелены на оказание качественных и безопасных государственных услуг населению, улучшение качества жизни населения. Кроме того, развитие информационно- коммуникативных технологий будет способствовать вхождению в тридцатку международного рейтинга цифровой конкурентоспособности к 2025 году.

Согласно статье 29 Закона «О государственных услугах», по государственному социальному заказу Агентства Республики Казахстан по делам о государственной службе проводится общественный мониторинг качества оказания государственных услуг. Общественным мониторингом были охвачены 65 социально-значимых государственных услуг с охватом 14219 респондентов. Уровень удовлетворенности населения по качеству предоставления государственных услуг составил 74,8% [171, с. 19].

Наращивание общего технического потенциала на местах является ключевым требованием для внедрения искусственного интеллекта в Казахстане.

В решении этой важнейшей задачи особую роль играет «Назарбаев Университет». Благодаря своевременному решению Нурсултана Назарбаева в 2010 году был основан исследовательский университет, который функционирует по американским стандартам и проводит передовые исследования. Сегодня в его состав входят исследователи со всего мира, специализирующиеся на науке о данных, физике, квантовых вычислениях, биоинженерии и робототехнике. За эти годы в университете прошли обучение около трех тысяч студентов, большинство из которых специализировались именно на технических науках. Сегодня при университете создается целый кластер исследовательской и инновационной баз в области искусственного интеллекта при поддержке Правительства Казахстана и Всемирного банка. В частности, созданы «Школа инженерии и цифровых наук» и «Исследовательский институт интеллектуальных систем и искусственного интеллекта». Особо следует упомянуть, что реализуется академическая программа «Магистр в области цифровых наук» [172].

В июле 2019 года Национальная инвестиционная корпорация стала одним из инвесторов крупнейшего в мире фонда Vision Fund 2 с капитализацией 108 миллиардов долларов США наравне с крупнейшими технологическими корпорациями и суверенными фондами зарубежных государств [173].

Таким образом, для страны с населением свыше 18 миллионов человек все эти инициативы имеют существенное значение и формируют необходимую базу для пилотирования различных возможностей искусственного интеллекта.

В рамках исследования диссертант выявил и другие возможности работы искусственного интеллекта, Data Science, а также была разработана и обучена прикладная модель для анализа данных с использованием машинного обучения (см. Приложение Г). Важными этапами для начала машинного обучения являются корректное составление технического задания, а также выбор и формирование датасета. Требование состояли, распознавать эмоциональный оттенок (положительные и негативные) комментарии в социальных сетях. Принимается, что метка комментария – число 0 – это негативное, а число 1 – положительное высказывание. Это задача классификации для текстов.

Ключевыми особенностями разработанного программного комплекса являются средства обработки и мониторинга сообщений в социальных сетях. Проводится анализ сообщений на базе выделения ключевых слов и установления логических цепочек между ними. Оценка текста выполняется с помощью логического анализа, сравнивающего его содержание с эталонными конструкциями и вычисления логических функций, определяющих отношение к тому или иному явлению: положительное или отрицательное. Одновременно выполняется пополнение тезауруса новыми ключевыми словами в случае, если они значимо статистически связаны со значением сообщения. Важной процедурой является определение знака выражений, поскольку одни и те же слова с различными кванторами (все, некоторые, не) могут означать противоположные по смыслу вещи.

Проводится статистический анализ сообщений, показывающий отношение пользователей к различным явлениям и его изменение со временем. Предусмотрена возможность вычисления корреляции между степенью поддержки различных вещей и идей. Возможно выделение причинно-следственных связей между отношением общества к тем или иным явлениям и его текущим состоянием. С помощью методов экстраполяции возможно прогнозирование изменение общественного мнения. Это позволяет предсказывать значимые общественные сдвиги и запросы людей. Количественные характеристики с помощью заданной шкалы переводятся в качественные, оценивающие успешность и популярность идей и предложений.

Проведён ряд экспериментов по изучению сообщений в социальных сетях при различных наборах параметров, в частности, разном количестве признаков, по которым проводится анализ текстов. Показано, в какой степени достоверность результатов исследования зависит от количественных показателей: числа обработанных сообщений, степени обработки каждого из них. Выполнена визуализация результатов в виде графиков и диаграмм. Планируется в будущем доработка программного комплекса с привлечением новы информационных технологий, прежде всего, нейронных сетей и нечёткой логики. Будет целесообразно выполнить его интеграцию с базами данных об общественном мнении и о средствах массовой информации.

Программа написана на языке программирования Phyton в JupyterNotebook. Использовались библиотеки pandas для работы с данными, scikit-learn для классификации, matplotlib для визуализации. Проводилась оптимизация гиперпараметров построенной модели, оценка ее качества с помощью кросс- валидацией. Целевой метрикой классификации была выбрана точность (accurarcy). Точность прогнозов обусловлена количеством данных. В выбранном датасете 25 тысяч комментариев – это дает 90% правильных ответов.

Таким образом, мы понимаем, чтобы получить модель высокого качества, необходимо собрать как можно больше данных за выбранный период. Небольшое количество данных не даст точного результата. Построенная модель продемонстрировала убедительные результаты. Данный подход может использоваться для решения любых актуальных задач.

Следует отметить, что технологические гиганты и корпорации продолжают накапливать влияние на глобальном уровне, благодаря продвинутым решениям на базе искусственного интеллекта. Цифровая реальность позволяет проводить глубокий анализ восприятия человека. Возможности манипуляции сознания, предлагаемые искусственным интеллектом, делают невидимые инструменты информационной войны все более эффективными.

Построение новой интеллектуальной экономики, базирующейся на инновационных принципах для взаимосвязи людей, объектов и технологий ставит вопрос защиты прав и личной неприкосновенности граждан. Как таковые все технологические компании, выпускающие смартфоны, собирают биометрические данные пользователей, такие как отпечатки пальцев, сетчатки глаз, голос, форму лица и т.д. Все это стимулирует разработку биопаспортов, которые позволят упразднить бумажные документы, необходимые для подтверждения личности. С другой стороны, тот, кто владеет всей информацией, может управлять людьми, зная практически все о каждом конкретном индивиде. Также одним из потенциальных результатов развития искусственного интеллекта является создание интеллектуальных систем мониторинга, которые будут не только обладать информацией о предпочтениях и действиях людей, но и успешно прогнозировать их поведение, а затем формировать желания и намерения своих глобальных потребителей. Поскольку Интернет сегодня не имеет границ, некоторые корпорации и государства могут легко вмешиваться с помощью искусственного интеллекта в жизнь других стран через информационное пространство, программное и аппаратное обеспечение. Примеры подобных политических манипуляций, достигнутых с помощью искусственного интеллекта, на фоне растущей геополитической напряженности могут привести к реальной угрозе ограничений или даже к полному закрытию киберпространства отдельных стран.

Всеобщая декларация прав человека 1948 года провозглашает, что каждый человек имеет право на свободу выбора в своих политических, религиозных и других убеждениях, а также право на личную неприкосновенность. Однако скандал, вызванный Cambridge Analytica, и использование личных данных из Facebook в интересах политической кампании Дональда Трампа и референдума по Brexit раскрыли неожиданную сторону глобальных возможностей и вызовов в эпоху искусственного интеллекта.

Современные социальные сети создают крупнейший в мире рынок с огромным потенциалом использования искусственного интеллекта: от распознавания лиц до определения типа личности. Например, они открывают возможности для обработки информации обо всех объектах на личных фотографиях человека и их взаимосвязях. Разработчики социальных сетей изучают социальные связи, интересы и увлечения пользователей не только с целью таргетирования рекламы, но и для поддержания активности пользователей. Следует упомянуть, что WhatsApp и Instagram принадлежат компании Facebook. Чаты в мессенджерах способны оценивать активность и настроения общества, даже не затрагивая темы разговоров.

С полным пониманием этих возможностей в 2014 году компания Cambridge Analytica использовала базу данных Facebook для разработки системы, которая могла персонифицировать политическую рекламу. По информации журналистов из Guardian Media Group, Cambridge Analytica получила более 50 миллионов профилей пользователей Facebook, чтобы создать мощную программу для прогнозирования и влияния на результаты голосования [174].

Данные о пользователях собирались с помощью приложения This is your digital life, созданного одним из сотрудников Cambridge Analytica Александром Коганом. Пользователи этого приложения получали оплату за прохождение теста по оценке личности и соглашались предоставлять свои данные для научных целей. Тем не менее, приложение Cambridge Analytica собирало информацию не только о пользователе, проходящем тест, но и о его друзьях в Facebook, что привело к накоплению огромной базы данных с информацией о десятках миллионов людей. И эта база данных, включающая 50 миллионов индивидуальных профилей, сопоставимых с избирательными списками, была передана третьей стороне. Эти данные были весьма ценными, поскольку позволяли определить тип личности и предсказать политические предпочтения избирателей во время выборов [175].

Естественно, на протяжении всего этого процесса использовались мощные возможности искусственного интеллекта. Специальный алгоритм в сочетании с базой данных привел к созданию беспрецедентного политического инструмента. Это событие стало одним из первых и крупнейших нарушений законов киберпространства в новейшей истории. Более того, незаконное использование персональной информации оставалось бы скрытым от мира, если бы не расследование, проведенное журналистами Guardian Media Group, а также показания канадских экспертов Кристофера Уайли и Бриттани Кайзер, которые ранее работали в Cambridge Analytica. Именно они раскрыли важную информацию о работе компании по оказанию влияния на выборы в США в 2016 году, которая, как выяснилось, задолго до этого осуществлялась в различных африканских странах, в Малайзии, а также в рамках референдума по Вrexit [176]. Вышеуказанный скандал стал публичным, Facebook удалил приложение и приостановил использование платформы Cambridge Analytica. Однако расследования продолжаются. Появляются новые случаи, когда информация из Facebook используется для прогнозирования поведенческой модели.

Таким образом, скандал с Cambridge Analytica показывает, что данные, обработанные с помощью искусственного интеллекта, могут служить основой для манипулирования предпочтениями различных групп населения. Есть основания полагать, что объемы оцифрованной информации, генерируемой каждым человеком, будут расти, а методы когнитивного анализа будут улучшаться. В связи с этим возрастает роль государства в регулировании цифровой конфиденциальности и защиты фундаментальных прав человека.

Поэтому считаем, что государство должно создать универсальную правовую базу, применимую ко всем системам искусственного интеллекта.

Объекты с искусственным интеллектом должны иметь определенный правой статус в зависимости от их функций, технических характеристик и уровня автономности. Казахстану необходимо приложить значительные усилия для разработки дальновидной политики по генерации и обмену данными, а также их использования в рамках многостороннего сотрудничества. Эти усилия должны быть направлены на решение следующих задач: во-первых, Казахстан должен иметь возможность для создания и внедрения новых технологий искусственного интеллекта. Во-вторых, Казахстан должен укреплять доверие общественности к технологиям искусственного интеллекта путем защиты гражданских свобод и неприкосновенности частной жизни. Крайне важно поддерживать баланс между интересами общества и его отдельных членов, между гарантиями безопасности и необходимостью экспериментов и инноваций.

На современном этапе развития нашего государства все более актуальными становятся вопросы управления общественным мнением, обеспечения информационной безопасности, защиты общества от информационных угроз. На формирование общественного мнения сегодня большое влияние оказывают блогеры. Как показало данное исследование деятельность блогеров в Казахстане не регулируется законодательством и их статус не регламентирован. При этом они оказывают платные услуги и получают доход на рекламе, проводят платные семинары и тренинги, получают вознаграждение за проведение персональных PR кампаний. Нередко блогеры, имея влияние на широкую аудиторию своими публикациями, вносят дестабилизацию внутри страны. Проанализировав ситуацию в данной сфере, диссертантом 7 октября 2020 года были отправлены предложения в Администрацию Президента Республики Казахстан (№ ЖТ – А-172301,1 от 7 октября 2020 года) о необходимости введения учета лидеров общественного мнения и блогеров путем их легализации в качестве индивидуальных предпринимателей, либо через регистрацию в качестве самозанятых. На наш взгляд, такая политика позволит не только легализовать предпринимательскую деятельность субъектов рынка и снизить теневую экономику, но и в будущем выработать инструменты воздействия на них во благо государства через размещение государственного заказа.

На наше обращение в Администрацию Президента Республики Казахстан поступило письмо от Министерства информации и общественного развития Республики Казахстана о том, что 7 апреля 2020 года постановлением Правительства Республики Казахстан № 183 был утвержден Национальный план развития сферы информации 2020-2022 годы, где по направлению совершенствования правового регулирования сферы информации предусмотрено определение правового статуса блогера (Приложение Б). Также было указано, что Министерством информации и общественного развития Республики Казахстан ведется соответствующая работа, по результатам которой будут внесены изменения в действующее законодательство. Касательно вопроса легализации в качестве индивидуального предпринимателя, было отмечено, что в действующем законодательстве отсутствуют какие-либо ограничения для занятия предпринимательской деятельностью и порядок регистрации в качестве индивидуального предпринимателя урегулирован в рамках законодательства о предпринимательстве. По вопросу выработки предложений касательно формализации деятельности самозанятого населения, отмечаем, что при Правительстве Республики Казахстан создан консультативно-совещательный орган «Комиссия по вопросам формализации деятельности самозанятого населения», рабочим органом которого является Министерство труда и социальной защиты населения Республики Казахстан. Также мы получили ответ от Министерства Национальной Экономике, где указано, что в соответствии с пунктом 2 статьи 35 Предпринимательского кодекса РК обязательной государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, подлежат физические лица, которые отвечают одному из следующих условий:

– используют труд наемных работников на постоянной основе;

– имеют от предпринимательской деятельности годовой доход, в размере, превышающем 12-кратный минимальный размер заработной платы, установленный законом о государственном бюджете (Приложение В).

Следует отметить, что своевременное выявление как положительной, так и отрицательной реакции населения на текущие процессы и события является основой эффективного государственного управления, включая управление рисками.

Таким образом, анализ проблемы обеспечения института управления общественным мнением позволяет сделать вывод о том, что деятельность государства по развитию информационно-коммуникативных технологий, реализация проектов с использованием искусственного интеллекта, функционирование общественных советов, краудсорсинговых платформ, разработка и внедрение системы «электронного правительства», проведение общественного мониторинга качества оказания государственных услуг создают предпосылки для формирования эффективной модели управления общественным мнением. Однако, на современном этапе, все более актуальными становятся вопросы обеспечения информационной безопасности, защита общества от информационных угроз. Поскольку Интернет сегодня не имеет границ, некоторые корпорации и государства могут легко вмешиваться с помощью искусственного интеллекта в жизнь других стран через информационное пространство, программное и аппаратное обеспечение. Примеры подобных политических манипуляций, достигнутых с помощью искусственного интеллекта, на фоне растущей геополитической напряженности могут привести к реальной угрозе ограничений или даже к полному закрытию киберпространства отдельных стран. Возможности манипуляции сознания, предлагаемые искусственным интеллектом, делают невидимые инструменты информационной войны все более эффективными. В связи с вышесказанным возрастает роль государства в регулировании цифровой конфиденциальности и защиты фундаментальных прав человека. Поэтому, в целях обеспечения информационного суверенитета нашему государству необходимо:

во-первых, увеличить государственное и частное финансирование междисциплинарных исследований по изучению воздействия искусственного интеллекта на общественное мнение;

во-вторых, создавать и использовать искусственные интеллект-технологии для успешного взаимодействия между государством и гражданским обществом, укреплять доверие общественности к технологиям искусственного интеллекта путем защиты гражданских свобод и неприкосновенности частной жизни. Крайне важно поддерживать баланс между интересами общества и его отдельных членов, между гарантиями безопасности и необходимостью экспериментов и инноваций;

в-третьих, поддержать и внедрить основополагающие «Асиломарские принципы искусственного интеллекта», разработать универсальную национальную правовою базу, применимую ко всем системам искусственного интеллекта, также создать благоприятную правовую среду для взаимодействия со всеми зарубежными технологическими компаниями и исследователями из Европы, Японии, США, Китая и других стран;

в-четвертых, выработать и закрепить на законодательном уровне новые подходы и механизмы по обеспечению информационно-коммуникационной безопасности, а также формированию новых направлений по подготовке кадров этой сферы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня, в эпоху, Четвертой промышленной революции, искусственного интеллекта, глобального интернета, обострения и усложнения геополитической ситуации в мире осуществляется переход в новый мировой порядок информационного общества. Изменения в мировой политике, возросшая гражданская активность общества, борьба за умы людей путем цифровых технологий трансформируют публичное пространство, требуя новых форматов в управлении общественным мнением. Возросла роль неправительственных организаций, происходит расширение лоббистской деятельности, появляются новые политические технологии PR (public relations), происходит усиление разнообразных, порой противоречивых информационных потоков.

В диссертации рассмотрена роль и эволюция общественного мнения в преемственной связи с предыдущими этапами. Такой ретроспективный подход позволил выявить специфические черты и характерные особенности современных технологий политического управления общественным мнением. На современном историческом этапе для построения эффективной государственной политики крайне важно отслеживать и контролировать многочисленные процессы в развитии государственного менеджмента. Проблемы эффективного управления государственной политикой диктуют возрастание исследовательского интереса к способам и методам формирования общественного мнения. От успеха политического управления зависит функционирование общества и его стабильность. В демократических обществах общественное мнение является важным фактором в принятии решений по всем важным вопросам общественной жизни. Эффективность современной власти оценивается по способности видоизменить привычное поведение граждан. Кризис, вызванный пандемией коронавируса, способствовал не только спаду экономических показателей, но и дал толчок к расшатыванию социально-политической ситуации, о чем весьма четко высказался Глава нашей страны Касым-Жомарт Кемелевич Токаев.

В этих условиях происходит обострение роли общественного мнения, усиление политического управления в процессе информационно- коммуникативного регулирования общественных отношений, экономика и общество переходят от доминирования вертикальных связей к сетевым взаимодействиям. Данная тенденция предъявляет новые и особые требования к построению коммуникации государства и общества: модели и механизмы сетевого политического управления становятся новыми акторами в социальном пространстве.

Проведенное диссертационное исследование характеризуется новизной, в том числе:

– проведено изучение и обобщение зарубежных и отечественных теоретических и методологических наработок в области изучения общественного мнения;

– рассмотрены политические технологии в контексте работы с общественным мнением, наглядно продемонстрирована роль информационных и политических технологий в формировании общественного мнения;

– выявлена глобальная тенденция к управлению общественным мнением при помощи искусственного интеллекта;

– предложены рекомендации для Казахстана по совершенствованию политических технологий управления общественным мнением и использованию в данной сфере IT;

– при технической поддержке IT-специалистов разработана новаторская система исследования общественного мнения при помощи искусственного интеллекта. Данная разработка в настоящее время не имеет аналогов в Республике Казахстан и предоставляет широкие возможности для применения в управлении общественным мнением.

Проведенное автором диссертационное исследование позволяет сделать ряд выводов, раскрывающих вопросы государственного регулирования, а также современные технологии управления общественным мнением в Республике Казахстан.

Публичная сфера Казахстана, на сегодняшний день, характеризуется повышением контролирующей роли гражданского общества в принятии решений государственными органами. Децентрализация государственной власти является одним из важнейших приоритетов реформы государственного управления в Казахстане. Не завершены процессы вовлечения граждан в принятие решений и демократизации на местном уровне. Государственные структуры недостаточно чувствительны к общественному мнению, что ограничивает способность органов власти реагировать на изменение обстоятельств и оперативно вносить коррективы в политику.

Эффективность деятельности государственных органов и укрепление диалога с населением зависит от развития информационных технологий и правильного использования политических технологий. Политические технологии – это квинтэссенция информационно-психологического творчества, интегрирующего самые разнообразные методы, средства и новейшие достижения по управлению общественным мнением и общественным сознанием.

Для успешного функционирования государства, развития демократии, обоснованного решения актуальных проблем социальной жизни требуется обратная связь с населением. Современный Казахстан представляет собой систему, в которую входит множество различных социально-демографических и этно-национальных страт. В рамках каждой из них также складывается общественное групповое мнение, с которым необходимо считаться.

К сожалению, имеются недостатки, снижающие эффективность государственной информационной политики в Казахстане. Во-первых, частые реорганизации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан и связанные с этим перестановки кадров приводят к нарушению принципа ответственности за последствия принимаемых решений и снижению эффективности данного исполнительного органа. Во-вторых, недостаточно налажена координация в работе государственных органов по созданию эффективной коммуникации, обратной связи между государственными органами, гражданским обществом и СМИ. В-третьих, слабая защита информационного поля страны от внешней пропаганды, недостаточно развиваются плюралистические средства массовой информации. В-четвертых, общественное мнение в Казахстане пока не стало активным субъектом процесса принятия политических решений, хотя прецеденты уже имеются. Казахстанская общественность реагирует на политические и экономические события, но пока недостаточно включена в сам процесс подготовки и принятия решений, так как механизм взаимодействия гражданского общества и государства требует своего дальнейшего развития. Роль общественного мнения непосредственно зависит от политической системы и демократизации общества.

Обеспечение информационного суверенитета, мониторинг общественного мнения и управление массовым поведением посредством искусственного интеллекта является общемировым трендом. В некоторых странах разработаны технологии массового мониторинга социальных медиа и поведения людей, которые позволяют прогнозировать настроения масс и их поступки. Технологические гиганты и корпорации продолжают накапливать влияние на глобальном уровне, благодаря продвинутым решениям на базе искусственного интеллекта. Развитие искусственного интеллекта предоставляет новые возможности для эффективного использования невидимых инструментов информационной войны. В связи с этим возникает проблема отсутствия международных правовых норм, способных ограничить подобное влияние. В результате мы наблюдаем фрагментацию цифрового пространства, а также увеличение протекционизма и международной нестабильности.

С развитием интернета государство теряет монополию на формирование общественного мнения. Информационная эпоха представляет новые вызовы для национальной информационной политики государств, поставив перед ними новые цели, задачи и объекты. Для разработки стратегии формирования национальной информационной политики необходим глубокий анализ международного опыта в области массовой коммуникации и использования новейших технологий. Также важно учитывать национально-этнические особенности.

Одним из ключевых аспектов является разработка механизма практической реализации национальной информационной политики и использование государственными субъектами социальных сетей для улучшения связи с более широкими слоями населения. Это поможет установить более эффективное взаимодействие с гражданами и преодолеть преграды, связанные с информационной фрагментацией и международной нестабильностью.

В целом, разработка национальной информационной политики требует системного подхода, учета современных тенденций и новейших технологий, а также принятия правовых норм, способных регулировать информационное пространство. Только таким образом государство сможет эффективно адаптироваться к вызовам информационной эпохи и использовать ее потенциал в наилучших интересах своих граждан и общества в целом.

В целях создания эффективной модели управления общественным мнением и обеспечения информационного суверенитета предлагаются следующие рекомендации:

– развивать новые информационные технологии управления, создавать альтернативные социальные сети, государственные веб-платформы, осуществлять правовое регулирование в Интернете;

– выявлять медиатренды и медиа предпочтения казахстанцев в целях улучшения результативности информационной работы; оценить уровень доверия населения к отечественным медиа ресурсам. Устранить факторы, препятствующие развитию отечественного медиа рынка;

– укреплять конкурентоспособность отечественных СМИ, совершенствовать инфраструктуру национального медиа рынка, чтобы защитить собственное информационное поле от внешних факторов; создать условия для развития плюралистических средств массовой информации;

– развивать интернет-журналистику, усиливать информационную политику по всем направлениям, создавать качественный казахоязычный контент, усилить самоконтроль негосударственных средств массовой информации;

– увеличить государственное и частное финансирование междисциплинарных исследований по изучению, правовому регулированию искусственного интеллекта, а также его воздействия на общественное мнение;

– создавать и использовать интеллект-технологии для успешного взаимодействия между государством и гражданским обществом, укреплять доверие общественности к технологиям искусственного интеллекта путем защиты гражданских свобод и неприкосновенности частной жизни. Крайне важно поддерживать баланс между интересами общества и его отдельных членов, между гарантиями безопасности и необходимостью экспериментов и инноваций;

– внедрить основополагающие «Асиломарские принципы искусственного интеллекта», разработать универсальную национальную правовую базу, применимую ко всем системам искусственного интеллекта, также создать благоприятную среду для взаимодействия со всеми зарубежными технологическими компаниями и исследователями из Европы, Японии, США, Китая и других стран;

– выработать и закрепить на законодательном уровне новые подходы и механизмы по обеспечению информационно-коммуникационной безопасности, а также формированию новых направлений по подготовке кадров в сфере информационно-коммуникационной безопасности.

Итак, стремительные изменения, происходящие в казахстанском обществе, связанные, в первую очередь, с реформационным развитием политических и социально-экономических процессов, распространение их на сферу государственного управления требуют адекватного и своевременного анализа общественного мнения, его постоянный мониторниг и умелого воздействия на него со стороны государства.

В настоящее время государственные структуры достаточно чутко реагируют на общественное мнение, однако возможности властей реагировать на изменения ситуаций ограничены и поэтому не в состоянии быстро вносить коррективы в политику. Оперативное реагирование государственных органов на запросы населения, использование современных технологий искусственного интеллекта для эффективной коммуникации между государством и обществом даст возможность реализовать в Казахстане модель «слышащего государства».

Реализация проектов с использованием искусственного интеллекта, функционирование общественных советов, краудсорсинговых платформ, разработка и внедрение системы «электронного правительства», проведение общественного мониторинга качества оказания государственных услуг создает предпосылки для формирования эффективной модели управления общественным мнением. Однако на современном этапе задача обеспечения информационной безопасности, защита общества от информационных угроз становится все более актуальной. Поскольку интернет сегодня не имеет границ, транснациональные медиа корпорации и государства могут легко вмешиваться с помощью искусственного интеллекта в жизнь других стран через информационное пространство, программное и аппаратное обеспечение. Примеры подобных политических манипуляций, достигнутых с помощью искусственного интеллекта, на фоне возросшей геополитической напряженности могут привести к реальной угрозе ограничений или даже к полному закрытию киберпространства отдельных стран. Способность манипулировать разумом, предоставляемая искусственным интеллектом, делает невидимые инструменты информационной войны более эффективными. В связи с вышеуказанным возрастает роль государства в регулировании цифровой конфиденциальности и защите основных прав человека.

Данное исследование значимо тем, что, во-первых, может быть использовано в дальнейших фундаментальных и прикладных исследованиях на эту сверх актуальную тему. Во-вторых, может иметь практическое применение в современном учебном процессе в качестве специального курса «Управление общественным мнением» для специалистов госорганов, политологов и журналистов. В-третьих, данное исследование может быть использовано при выработке политических решений по регулированию общественных отношений и управлению общественным мнением в СМИ и интернет-пространстве. В- четвертых, в данном исследовании впервые дается разработка программного обеспечения работы искусственного интеллекта для исследования общественного мнения. В исследовании приведены конкретные разработки и рекомендации по искусственному интеллекту, которые могут быть использованы в работе государственных органов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Выступление Токаева К.К. на расширенном заседании правительства // https://khabar.kz/ru/news/politika/item/126282-vystuplenie-kasym-zhomarta- tokaeva-na-rasshirennom-zasedenie-pravitelstva. 10.07.2022.
2. Аристотель. Политика. Сочинения в 4 томах – Т.4. – М.: «Мысль», 1983. – 410 с.
3. Макиавелли Н. Избранные сочинения. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. – М.: «Мысль», 1982. – 325 с.
4. Локк Дж. Избранные философские произведения: в 2 т. – М.: Мысль, 1960. – Т. 1. – 507 с.
5. Тард Г. Общественное мнение и толпа / Пер. с фр.; под ред. П.С. Когана. – М.: ЛЕНАНД, 2015. – 208 с.
6. Лебон Г. Психология народов и масс / Пер. с фр.; предисловие И. Владимирова. – М.: ТЕРРА – Книжный клуб, 2008. – 350 с.
7. 7 Липман Уолтер Общественное мнение // Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение». 2004. – 384 с.
8. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. – М., 2000. – 275 с.
9. Памяти Юрия Александровича Левады / Сост. Т. В. Левада. – М.: Издатель Карпов Е.В., 2011. – 475 с.
10. Франц В.А. Управление общественным мнением. – Екатеринбург: Изд- во Урал университета, 2016. – 135 с.
11. Байменов А. Государственная служба. Международный опыт. Казахстанская модель. – Астана: Фолиант, 2000. – 147 с.
12. Капаров С.Г. Совершенствование государственной службы в Казахстане: Монография. – Екатеринбург: Контекст-АП, 2005. – 319 с.
13. Турисбеков З.К., Капаров С.Г. Управление государственной службой в Республике Казахстан. – Екатеринбург, 2002. – 160 с.
14. Нуртазин М.С. Кадровая работа в местных государственных органах. – Астана: Акад. Государственной службы при Президенте РК, 2005. – 72 с.
15. 15 Турисбек А.З. Государственная служба в Республике Казахстан (проблемы теории и практики): Автореф. дис докт. юрид. наук. – М., 2012. – 58 с.
16. Алияров Е.К. СМИ и политика. – Алматы: «Қазақ университеті» баспасы, 2011. – 212 с.
17. Ибраева Г.Ж. На перекрестке коммуникаций, журналистика и медиа Казахстана. – Алматы: «Қазақ университеті» баспасы, 2013. – 238 с.
18. Нуртазина Р.А. Республика Казахстан: СМИ и политика: учебное пособие. – Алматы: Азия Принт баспаханасы, 2011. – 400 с.
19. Султанбаева Г.С. Политическая коммуникация в средствах массовой информации: зарубежный опыт и Казахстан. – Алматы: «Қазақ университеті» баспасы, 2012. – 206 с.
20. Барлыбаева С.Х. Современные средства коммуникации в эру глобализации. – Алматы: «Қазақ университеті» баспасы, 2012. – 110 с.
21. Бокаев С.О. Политические технологии как фактор формирования общественного мнения и электорального поведения: мировой опыт и Казахстан. – Алматы, 2009
22. Нугманова К.Ж. Взаимодействие политических паблик рилейшнз с журналистикой. Материалы Республиканской научно-практической конференции «Политика и журналистика в условиях глобализации». КАЗНПУ им. Абая. – Алматы, 2008
23. Современный Казахстан: общественное мнение / [коллектив авторов] отв. ред. Б.К. Султанов. – Алматы: КИСИ, 2011. – 156 с.; Казахстан в 2013 году: актуальные вопросы развития страны через призму общественного мнения. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2014. – 232 с.
24. Любивый Я.В. Современное массовое сознание: динамика и тенденции развития. – К.: Знание, 1993. – 205 с.
25. Гоббс Т. Левиафан, или материя, форма и власть государства церковного и гражданского. Часть II. О государстве. – М.: Мысль, 1997. – 505 с.
26. Руссо Ж.Ж. Об общественном договоре. – М.: Наука, 1969. – 301 с.
27. Юм Д. Сочинения в двух томах. – М.: Мысль, 1996. – Т. 2. – 799 с.
28. Гегель Г.Ф. Философия права. – М.: Мысль, 1990. – 524 с.
29. Токвиль А. Демократия в Америке. Кн. 1 – 2. М., 1992. – 476 с.
30. Хвостов В.М. Общественное мнение и политические партии. – М.: «Книга по требованию», 2012. – 64 с.
31. Гавра Д.П. Общественное мнение и власть. Режимы и механизмы взаимодействия // Журнал социологии и социальной антропологии. – Том.1. – №4. – 1998. – С. 53-77
32. Луман Н. Реальность масс-медиа. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
33. Бурдье П. Социология политики / пер. с фр. Г.А. Чередниченко. – М.: Socio-Logos, 2003. – 335 с.
34. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. /Пер. с нем/ Общ ред. Мансурова Н.С. – М.: Прогресс-академия, 1996
35. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция // перевод О.А. Печенкина. – Тула: Тульский полиграфист, 2013. – 204 с.
36. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. – М.: Канон, 1996. –432 с.
37. Мамардашвили М.К. Превращенные формы (о необходимостииррациональных выражений) // Мамардашвили М.К. Как я понимаюфилософию. – М.: Прогресс, 1992. – 415 с.
38. Вакуленко A.C. Самоорганизация как феномен синергетического взаимодействия социальных систем // Кайгоровдоские чтения. Наука, культура, образование в информационном пространстве региона. Вып. 12: материалы региональной научно-практической конференции / КГУКИ. – Краснодар, 2012. – С. 30-33
39. Вакуленко А.С. Системно-синергетическая модель функционирования общественного мнения в социально-историческом процессе // Теория и практика общественного развития. – № 10. – 2013. – С. 32-34.
40. Блумер Г. Коллективное поведение // Американская социологическая мысль: Тексты // сост. Е.И. Кравченко; под ред. В.И. Добренькова. – М.: Издательство МГУ, 1994. – С. 90-115.
41. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы. – М.: РОССПЭН, 2002. – 217 с.
42. Хабермас Ю. Политические работы. – М.: Праксис, 2005. – 368 с.
43. Грушин Б. Общественное мнение // Опыт словаря нового мышления.

М., 1989. – 557 с.

1. Stuart N. Soroka and Christopher Wlezien. Public Opinion and Public Policy// The Oxford Handbook of Canadian Politics. Edited by John C. Courtney and David E. Smith. A2010 // https://www.researchgate.net/publication/265009813\_ Public\_Opinion\_and\_Public\_Policy\_1. 20.03.2020.
2. Левада Ю. Сознание и управление в общественных процессах // Вопросы философии. – 1966. – № 5. – С. 62–73.
3. Тарасов В.К. Персонал – технологии: отбор и подготовка менеджеров. – Л. 1989. – 368 с.
4. Булуктаев Ю.О., Бокаев С.О. Электоральная демократия в Республике Казахстан: Монография. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2011. – 244 с.
5. Технологии в политике и политическом управлении / Под ред. М.Г. Анохина, В.С. Комаровского, Ю.И. Матвеенко. – И.: РАГС, 2000. – 390 с.
6. Как Cambridge Analytica «взламывала выборы» по всему миру // https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5048632. 28.05.2021.
7. Хауер-Тюкаркина О.М. Процесс формирования позитивного имиджа политического актора в условиях кризиса // Вестник Томского государственного университета. Серия. Философия. Политология. Социология. – № 38. – 2017. – С. 221–228
8. Беленкова Л.М. Имидж государственных органов: потенциал информационно-коммуникативных технологий // Управленческое консультирование. – № 4. – 2017. – С. 199-209.
9. Малинова О.Ю. Общественное мнение и модели публичной политики // http://www.civisbook.ru/files/File/Malinova\_obsshtu\_dmenn.tpodvf. 15.10.2020.
10. Дергунова Н., Завгородняя М. Теория ограниченного влияния СМК Пола Лазарсфельда как методология анализа деятельности средств массовой коммуникации. – Власть. – №12. – 2012. – С. 13–16
11. 54 Ruth, P. The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags 2012 pdf. Retrieved at: http://dcm.sagepub.com/content/6/2/181.abstract. 18.09.2020.
12. Cohen B.C. The Press and Foreign Policy. Princeton: Princeton University Press, 1963. 627 p.
13. Казаков А.А. Теория установления повестки дня vs. Фрейминг: к вопросу о соотношении подходов // Полития. – №1 (76). – 2015. – С. 103–113.
14. Gamson W.A. Modigliani A. 1989. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach // American Journal of Sociology. Vol.95. № 1.
15. Об общественном контроле. Закон Республики Казахстан от 2 октября 2023 года № 30‐VIII ЗРК// https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2300000030. 10.03.2024.
16. Скрынникова И.В. Метафорический фрейминг политических событий: как формируются убеждения? // Материалы Всероссийской конференции по когнитивной науке. КИСЭ-2017. Казань, 30 октября – 3 ноября 2017 г. Издательство Казанского университета, 2017. – С. 267-278
17. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа / Пер. с англ. Д. Кралечкина. – М.: Изд.дом Высшей школы экономики, 2015. – 312 с. – (Политическая теория).
18. Акопов Г.Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основании инновационных политических интернет-коммуникаций. – М.: КНОРУС, 2014. – с. 240
19. Федорченко С. Хештеги: механизм легитимации политического режима или манипулятивная ловушка? // ОБОЗРЕВАТЕЛЬ–OBSERVER. – №7 (354). – 2019. – С. 24-41.
20. Володенков С.В. Big Data как инструмент воздействия на современный политический процесс: особенности, потенциал и акторы // Журнал политических исследований. 2019. https://naukaru.ru/ru/nauka/article/28084/view. 10.10.2020.
21. Федорченко С. Сетевой полис: гражданин на перекрестке реальной и виртуальной политики // Обозреватель-Observer. – №4. – 2019. – С. 68-85.
22. Ирхин Ю.В. Постмодернистские и постструктуралистские теории, подходы и методы изучения политической коммуникации // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика //

Тимофеевой. – М.: РАПН, РОССПЭН, 2012. – 327 с.

1. Кастельс М. Власть коммуникации // пер. с англ. Н.М. Тылевич. – М.: ВШЭ, 2017. – С. 89-91.
2. Морозова Е.В., Мирошниченко И.В., Рябченко Н.А. Фронтир сетевого общества // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – Т.60. – №2. – С. 83-97.
3. Плотичкина Н.В., Довбыш Е.Г. Сетевой фронтир как метафора и миф // Вестник РУДН. Серия «Социология». – 2017. – Т.17. – №1. – С. 51-62.
4. Фадеева Л.А. Сетевая идентичность // политическая идентичность и политика идентичности. В 2 томах // ред. И.С. Семененко, В.В. Лапкин, Л.А. Фадеева. – М.: РОССПЭН, 2011. – Т.1. – 208 с.
5. Летов Е.В. Сетевая идентичность в культуре современного информационного общества // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – №4. – С. 62-65
6. Business process crowdsourcing: concept, ontology and decision support/ Nguyen Hoang Thuan. – Cham: Springer, 2019. – 142 р.
7. Renard, Damien; Davis, Joseph G. Social interdependence on crowdsourcing platforms // Journal of business research. – 2019. – Volume 103. – P. 186-194.
8. Ноward P.N. The Digital Origins оf Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam. – Oxford: Oxford University Press, 2011. – 285 p.
9. Ибраева Г. Информационная политика Казахстана: поиски компромисса // Государственная информационная политика в Казахстане: взгляд в будущее. – Алматы, 2010. – 350 с.
10. Мальцев В. Проповедь зовет на баррикады// https://ria.ru/20110201/329144526.html. 10.10.2020.
11. Сумеречная зона» или «ловушки» переходного периода. – Алматы, 2016. – 256 с.
12. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You. – N.Y.: Penguin Press, 2011. – 307 р.
13. Стереть аккаунт президента: борьба с Трампом и раскол мира // https://www.youtube.com/watch?v=BaL99zqyWa4&t=2009s. 07.01.2021.
14. Свобода слова – это фундамент демократического общества // https://www.youtube.com/watch?v=K5FAmx4eiJg&feature=youtu.be. 07.03.2023.
15. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. Пер. с англ. / Предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.
16. Wu T. The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires. N.Y.: Knopf, 2010. – 208 р.
17. Only Miscreants Worry about Net Privacy // The Register.2009.7 December

// www.theregister.co.uk/2009/12\07\schmidt\_on\_privacy. 09.01.2021.

1. Bandurski D., Hala M. Investigative Journalism in China. – Hong Kong: Hong Kong University Press, 2010. – 209 р.
2. Mei Duzhe. How Chinas Government Is Attempting to Control Chinese Media in America // China Brief. – 2001. – Vol. 1. No. 10 // https://jamestown.org/program/how-chinas-government-is-attempting-to-control- chinese-media-in-america/. 08.07.2021.
3. Engineering global consent. The Chinese Communist Party’s data-driven power expansion, Report No. 21/2019 // https://s3-ap-southeast-2.amazonaws.com/ad- aspi/2019-10/Engineering%20global%20consent%20V2.pdf? eIvKpmwu2iVwZx. 09.07.2021.
4. Li E.X. The Life of the Party: The Post-Democratic Future Begins in China

// Foreign Affairs. – 2013. – Vol. 92. No. 1. – P. 34-46.

1. Искусственный интеллект: перспективы и угрозы // https://ru.unesco.org/courier/2018-3. 11.07.2021.
2. Аsilomar ai principles // https://futureoflife.org/ai-principles/. 27.01.2021.
3. Кант И. Ответ на вопрос: что такое просвещение? // Соч.: в 8 т. М., 1994. Т. 8.
4. Арендт Х. VITA ACTIVA, или о деятельной жизни / Пер. с нем. и англ.

В. В. Бибихина; под ред. Д. М. Носова. – СПб.: Алетейя, 2000. – 437 с.

1. 91 Хабермас Ю. Структурные изменения публичной сферы // пер. с нем. В. В. Иванова. – М.: Весь мир, 2017. – 344 с.
2. Глухих В.А. Тенденции и проблемы развития публичной сферы в России // Дискурс. – № 6. – 2018. – С. 96-101.
3. Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие. Коллективная монография / Под редакцией Л.В. Сморгунова. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 349 с.
4. Сунгуров А.Ю. Публичная политика и общественное мнение //

«Телескоп». – №5. – 2004. – С. 14-15

1. Сунгуров А.Ю. Публичная политика: основные направления исследований (мировой и российский опыт) // Публичная политика. – 2017. – № 1. – С. 8-28.
2. Никовская Л.И., Якимец В.Н. Введение в предметное поле муниципальной публичной политики // Социально-политические исследования. – №4(5). – 2019. – С. 36-53.
3. Риттер М. Публичная сфера как идеал политической культуры // Граждане и власть: Проблемы и подходы / под ред. Г.М. Михалевой, С.И. Рыженкова. – СПб.: Летнийсад, 2001. – 173 c.
4. Rhodes R.A. The New Governance: Governing without Government // Political Studies. – 1996. – № 44. – P. 652–667.
5. Патнэм, Р. Процветающие комьюнити, социальный капитал и общественная жизнь // МЭиМО. – 1995. – № 4. – С. 16–17.
6. ФукуямаФ. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. – М.: ООО «Издательство ACT»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.
7. Коулбач, Х. Политика // Публичная политика: от теории к практике. – СПб.: Алетейя, 2008. – 356 с. – С. 35–50.
8. Word of the Year 2016 is // Oxford Dictionaries // https://en.oxforddictionaries.com/wordof-the-year/word-of-the-year-2016. 10.02.2021.
9. Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С.42–59.
10. Art of the lie // The Economist. September 9, 2016 // http://www.economist.com/news/leaders/21706525-politicians-have-always-lied- does-it-matter-if-they-leave-truth-behind-entirelyart?fsrc=scn/tw/te/pe/ed/artofthelie. 10.02.2021.
11. Wharton B. Remarks at Workshop on “Public Diplomacy in a Post-Truth Society”. Hoover Institution, Stanford University. Stanford, California. March 20, 2017 // https://www.state.gov/r/ remarks/2017/268592.htm. 10.02.2021.
12. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. Учебное пособие / Под ред. Л.В. Сморгунова и Л.Н. Тимофеевой. – М. Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – 407 с.
13. Болгова А.Н. GR-менеджмент – инструмент цивилизованного лоббизма? // Вестник Пермского университета. Серия: История и политология. – 2009. – №1. – С. 55–61.
14. Добровольская Ю.А., Кудинов В.В., Монина Э.А. К вопросу о значении Media relations в GR коммуникациях // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – № 10-1. – 2015. – С. 70–72.
15. Patton M. Utilization-focused evaluation: the new century text / Ed. by Michael Quinn Patton. 3rd ed. – Newbury Park, CA: Sage Publications Inc., 1999. – 431 p.
16. Rossi P. H. Evaluation: a systematic approach / P. H. Rossi, M. W. Lipsey,
17. H. E. Freeman. 7th ed. – Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc., 2004. – 470 p. 111 House E. R., Howe R. H. Values in evaluation and social research. –ThousandOaks, CA: SAGE, 1999. –176 p.
18. Реформы в Казахстане: успехи, задачи и перспективы. – ОЭСР, 2015. –217 с.
19. Казахстан сохранил позиции в Индексе восприятия коррупции Transparency International // Интернет журнал «Власть» // https://vlast.kz/novosti/31447-kazahstan-sohranil-pozicii-v-indekse-vospriatia- korrupcii-transparency-international.html. 25.03.2021.
20. Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития // https://www.oecd.org/eurasia/countries/Eurasia-Reforming-Kazakhstan- Progress-Challenges-Opport.pdf. 26.04.2021.
21. Указ Президента Республики Казахстан. Концепция развития гражданского общества в Республике Казахстан до 2025 года: принят 27 августа 2020 года, № 390 // http://adilet.zan.kz/rus/docs/P2000000341. 27.04.2021.
22. Токаев К.К. Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана. Послание Главы государства Касым- Жомарта Токаева народу Казахстана от 2 сентября 2019 года //https://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\_of\_president/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana. 17.03.2021.
23. Копежанова Д.Е. Политический PR в Казахстане: тенденции развития и перспективы // PR в изменяющемся мире: Коммуникационные технологии в деятельности органов власти: Сборник статей // под ред. М. В. Гундарина, А.Г. Сидоровой. – Барнаул: Издво Алт. ун-та, 2010. – Вып. 8. – С.48-54.
24. Клуб казахстанских PR профессионалов // https://prclub.kz/globalnaya- epoha-covid-19-itogi-xvi-mezhdunarodnogo-onlajn-pr-foruma-2020/. 29.04.2021.
25. Сатпаев Д.А. Роль средств массовой информации в процессе непрямого лоббирования // Саясат. – 1998. – №5. – С. 45.
26. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: АСТ, 2009. – 669 с.
27. Мирошниченко И.В. Организация сетевого olline пространства публичной политики // Сетевой анализ публичной политики / Волкова А.В.; Евин И.А.; Коверзнева С.А.; Кулакова Т.А.; Курочкин А.В.; Мирошниченко И.В.; Сериков, А.Е.; Сморгунов Л.В.; Шерстобитов А.С.; под ред. Л.В. Сморгунова. – М.: РГ-Пресс, 2013. – 320 с.
28. Гапич А.Э., Лушников Д.А. Технологии «цветных революций». – М.: РИОР, 2010. – 132 с.
29. Сила слабых связей или почему сосед по лестничной клетке... // http://gblor.ru/blogs/ sila-slabih-svyazey-ili-pochemu-sos/257055. 15.10.2022.
30. Грановеттер М. Сила слабых связей (перевод Котельниковой З.В.) // Экономическая социология. – 2009. –№ 4 (10). – С. 31–50.
31. Павлютенкова М.Ю. Роль и место социальных сетей в публичной политике // Политология. – 2015. – №3. – С. 71–81.
32. Вся статистика Интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России //trendy/#:~:text. 21.03.2020.
33. Виртуальная реальность: Толковый словарь терминов / В.С. Бабенко; ГУАП. – СПб., 2006. – 87 с.
34. Официальный сайт Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан // https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam.
35. Аналитическая группа "Кипр". Круглый стол «Информационная политика Казахстана в новых условиях». 23.11.2015 // https://aspandau.kz/article/tpost/cuzxm2fkh4-analiticheskaya-gruppa-kipr-kruglii-
36. Бурова Ю.В. Информационные ресурсы власти как инструменты транслирования её образа // Гуманитарный вектор. – 2013. – № 3 (35). – С. 135– 139
37. Davies J.S. The Hollowing-Out of Local Democracy and the Fatal Conceit of Governing Without Government // British Journal of Politics & International Relations. – 2000. – Vol. 2 (3). – P. 414–428.
38. Тоффлер Э. Футурошок. – СПб.: Лань, 1997. – 450 с.
39. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2000. –246с.
40. Американские соцсети заблокировали аккаунты президента США Дональда Трампа // https://habr.com/ru/news/t/536330/. 27.05.2021.
41. «Следим за вами»: Трамп обратился к Gооglе // https://www.gazeta.ru/tech/2019/08/07/12562489/trump\_google.shtml. 27.05.2021.
42. Facebook, Amazon, Twitter и Google выступили против Трампа // https://eadaily.com/ru/news/2020/09/03/facebook-amazon-twitter-i-google-vystupili- protiv-trampa. 27.05.2021.
43. Туроу Л. Будущее капитализма. – Новосибирск: Сибирский Хронограф, 1999. – 430 с.
44. Что такое блог и что такое блогер // https://sites.google.com/site/formirovaniesetevojkultury/04-blogi-google
45. Политическое блогерство в Казахстане: заказы или некомпетентность// [https://365info.kz/2018/07/politicheskoe-blogerstvo-zakazy-ili nekompetentnost-eksperty](https://365info.kz/2018/07/politicheskoe-blogerstvo-zakazy-ili%20nekompetentnost-eksperty)/ 27.05.2021.
46. Статья Главы государства «План нации-Путь к казахстанской мечте» // <http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-plan-nacii-put-k-kazahstanskoi-mechte> 29.05.2021.
47. Дуламбаева Р.Т. Принципы реализации экономической политики государства в современных условиях. Вестник КазНУ. Серия экономическая, № 6 [82]. 2010.
48. Иргалиев Е.Оценка эффективности деятельности государственных органов: от создания к результатам //<https://365info.kz/2017/09/otsenka-effektivnosti-deyatelnosti-gosudarstvennyh-organov-ot-sozdaniya-k-rezultatam/> 05.04.2021.
49. Закон Республики Казахстан от 15 апреля 2013 года № 88-V «О государственных услугах» // <https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31376056&doc_id2=31376059#pos=10;-170&pos2=0;0> 05.04.2021.
50. Определен уровень удовлетворенности казахстанцев качеством оказания государственных услуг //<https://www.inform.kz/ru/opredelen-uroven-udovletvorennosti-kazahstancev-kachestvom-okazaniya-gosuslug_a3771026> 09.04.2021.
51. Халикова Ш.Б. Повышение эффективности государственного управления Республики Казахстан. ВестникКазНУ, 2012
52. Maidurova A. Control as a method for Ensuring Quality of Public Services in the Republic of Kazakhstan. // Public policy and administration. 2013. №12
53. Пехтерева Е.А. Электронное правительство Сингапура // Экономические и социальные проблемы России. – 2015. - №2. – СС. 107-125
54. Садовская К. Как Сингапуру удалось создать электронное правительство и выбиться в ИТ-лидеры // МФЦ РФ. Статьи. Обзор статей. Мировой опыт. – М., 10.11.2011. // <http://мфц.рф/articles/672/>
55. 151 Моль А. Социодинамика культуры. – М.: Прогресс, 1974. – 408 с. 67
56. Варий М.Й.Политико0психологические предвыборные технологии. – Киев: Ельга Ника-Центр, 2003. – с. 264
57. Gourevitch, J-P. La politique et ses images Paris. – 1986. – P. 169
58. Перуашев А.Т. Правовой статус парламентских фракций в Мажилисе Парламента Республики Казахстан // Сборник материалов международной научно-практической конференции «Конституция: стабильность, мир и общественное согласие» (29-30 августа 2014 г.)/ Под общ. ред. И.И. Рогова, А.О. Шакирова, Е.Б. Сыдыкова. – Астана: Издательство: ЕНУ имени Л.Н. Гумилева: 2014. – СС. 91–95
59. Конституционный закон Республики Казахстан от 28 сентября 1995 года №2464 О выборах в Республике Казахстан // <https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1004029>05.05.2021.
60. Конкурентоспособное телевидение как фактор информационной безопасности Казахстана: проблемы и поиск решений // Программа для молодых исследователей в области публичной политики Фонда Сорос-Казахстан 2016 . – 55 с.
61. Татьяна Старцева, «Анализ медиапотребления», TNS Gallup Media Asia // <https://www.slideshare.net/KazakhstanPressClub/media-consumption-in-kazakhstan-2014> 05.05.2021.
62. Сколько казахстанцев сидит в социальных сетях.<https://www.zakon.kz/4948958-skolko-kazahstantsev-sidit-v-sotsialnyh.html> 28.04.2021.
63. Сергеева Ю. Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование. <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> 30.04.2021.
64. О государственной программе «Информационный Казахстан – 2020».

Указ Президента РК от 5 мая 2018 года № 681 //http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1300000464 23.12.2020.

1. Феофанов О. Стереотип и имидж в буржуазной пропаганде // Вопросы философии. - 1980. № 6. – СС. 91-96
2. «О проекте Указа Президента Республики Казахстан «Об утверждении Концепции развития гражданского общества в Республике Казахстан до 2025 года» // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P2000000341>
3. Ceron, A. и Negri, F. (2016). [The “Social Side” of Public Policy: Monitoring Online Public Opinion and Its Mobilization During the Policy Cycle](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/poi3.117/abstract). Policy & Internet 8 (2) DOI:10.1002/poi3.117. 23.12.2020.
4. Понкин И.В. Общая теория публичного управления: избранные лекции. М., 2013. – 143 с.
5. Воронина. К.В. Казахстане разработана операционная система с искусственным интеллектом. – Казахстанская правда. – 6 ноября. – 2015. https://kazpravda.kz/n/v-kazahstane-razrabotana-operatsionnaya-sistema-s-iskusstvennym-intellektom/
6. Искусственный интеллект и большие данные // <https://egov.kz/cms/ru/ai-big-data>
7. Интересная статистика электронного правительства Республики Казахстан // <https://egov.kz/cms/ru/iformation/about/stat> 23.02.2021.
8. 29 место в рейтинге ООН по электронному правительству занял Казахстан // <https://profit.kz/news/58491/29-mesto-v-rejtinge-OON-po-elektronnomu-pravitelstvu-zanyal-Kazahstan/> 23.02.2021.
9. Международные рейтинги в ИКТ сфере. – Астана, 2017. – 47 с.
10. Отчет АО «Национальные информационные технологии за 2019 год. – Астана, 2020. – 26 с.
11. Результаты общественного мониторинга качества оказания государственных услуг. – Частный фонд «Благотворительный фонд «Зор Рух». – Астана, 2019. – 357 с.
12. В Назарбаев Университете прошел «NUDigitalDay» // <https://nu.edu.kz/ru/news-ru/v-nazarbaev-universitete-proshel-nu-digital-day> 13.02.2020.
13. Нацфонд вложит деньги в стартапы // <https://inbusiness.kz/ru/last/nacfond-vlozhit-dengi-v-startapy> 23.02.2021.
14. [Cadwalladr](https://www.theguardian.com/profile/carolecadwalladr), Carole and [Emma Graham-Harrison](https://www.theguardian.com/profile/emma-graham-harrison). 2018. «Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach» // <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election> 13.02.2021.
15. The Great Hack. 2019. Directed by Karim Amer and Jehane Noujaim. A Netflix production. Available by subscription: <https://www.netflix.com/title/80117542?s=i> 28.05.2021.
16. The Great Hack. 2019. Directed by Karim Amer and Jehane Noujaim. A Netflix production // <https://www.netflix.com/title/80117542?s=i> 28.05.2021.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Вопросы:

1. Изменились ли подходы к информационной политике в Казахстане?
2. Согласны ли Вы с пятью рекомендациями экспертов, участвовавших в экспертном обсуждении?
3. Какие бы Вы дали рекомендации?

1. Если говорить о госполитике, то не считаю, что вопрос составлен некорректно. Так как политика государства закреплена и берет начало из Конституции. Как мы знаем, последние изменения Конституции не касались основных прав и свобод человека, к которым относится свобода слова.  
Поэтому считаю, что необходимо говорить о направлениях совершенствования политики, которая выражается в изменениях законодательства.  
Подходы к информационной политике на системной основе совершенствуются. Примером этому являются целый ряд законопроектов (О масс-медиа, об онлайн-платформах и интернет-рекламе, о доступе к информации), направленных на укрепление свободы слова и поддержки отечественных СМИ.  
2. Рекомендации экспертов, в целом, конструктивны и работа по данным направлениям ведется на постоянной основе. К примеру, Министерством создана медиа школа Medialab, которая уже проводит ряд обучающих тренингов как для журналистов, так и для пресс-секретарей. Более того, все указанные рекомендации заложены в вышеуказанные законопроекты.  
3. Продолжить проводимую работу и постепенно усиливать открытые площадки для вовлечения общества к обсуждению, будировать активность государственных органов, а также акцентировать внимание на усиление внутреннего медиа рынка, поднимать роль и активность институтов саморегуляции.  
5. Государственная информационная поддержка содержит ряд инструментов, начиная от внедрения новых инициатив в законодательство, государственный информационный заказ, повышением квалификации представителей СМИ и ряд других инструментов.  
6. Цифровизация в сфере СМИ идет полным ходом, как в самом рынке, так и благодаря принимаемым государством мерам. Органичным примером является сегодняшний тренд телеграмм-каналов, инфлюенсеров, вайнеров и других новых цифровых профессии. Цифровые платформы стимулируют развитие конвергентной журналистики. Государство также принимает все меры для соответствия внутреннего информационного пространства последним цифровым трендам.  
 Министерством информации и общественного развития на постоянной основе ведётся работа по дальнейшему комплексному развитию и улучшению состояния медиа-сферы. На основе передового международного опыта, а также рекомендаций международных организаций и представителей медиа отрасли был разработан закон "О масс-медиа". При разработке законопроекта учитывались интересы государства, запросы общества и тенденции развития медиа-сферы.

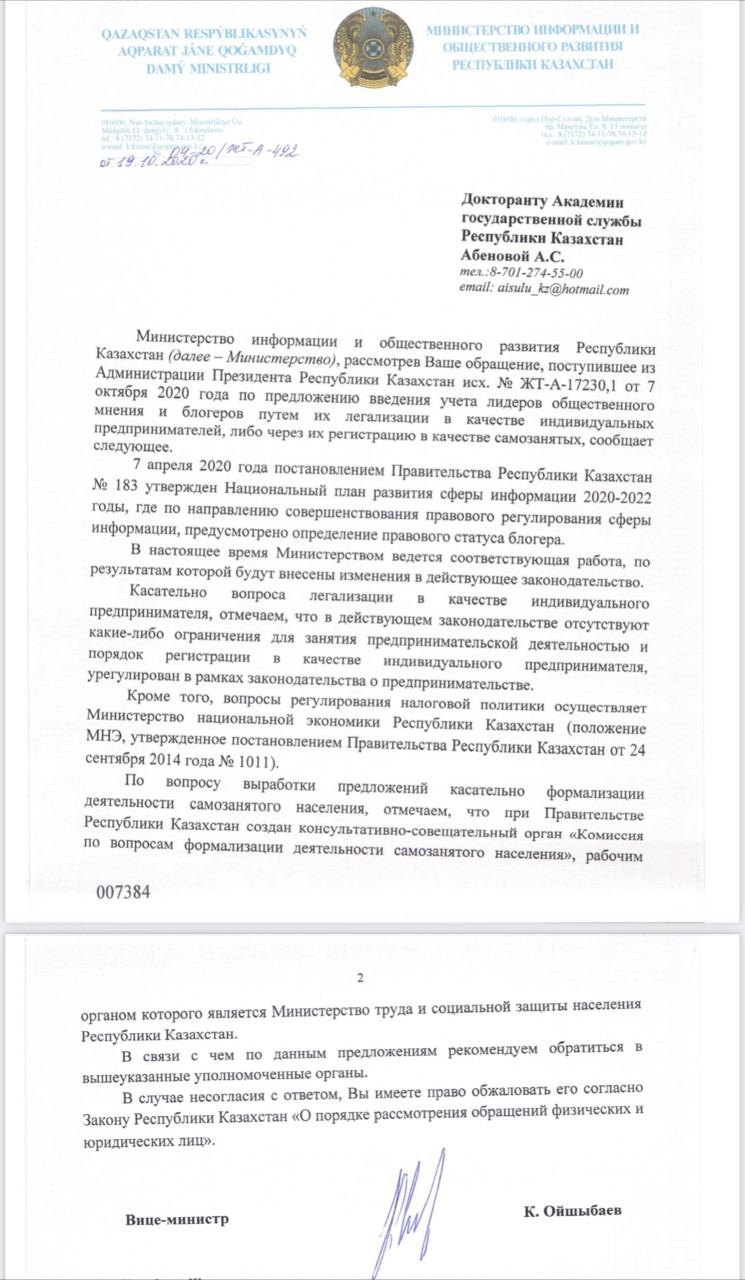
Одним из немаловажных новелл является реформирование механизмов финансирования государственной информационной политики. За последние годы, в рамках обеспечения эффективности реализации госинформ политики Министерством проведена работа по поэтапному выведению госинформ заказа из системы госзакупок.

В продолжение данной работы в рамках разрабатываемого закона предусматривается совершенствование механизмов финансирования госинформполитики путем поэтапного перехода на грантовое финансирование. Грантовое финансирование будет основано на принципах перехода от тарифов к сметам, дебюрократизации, индивидуального подхода и учёта творческой составляющей.

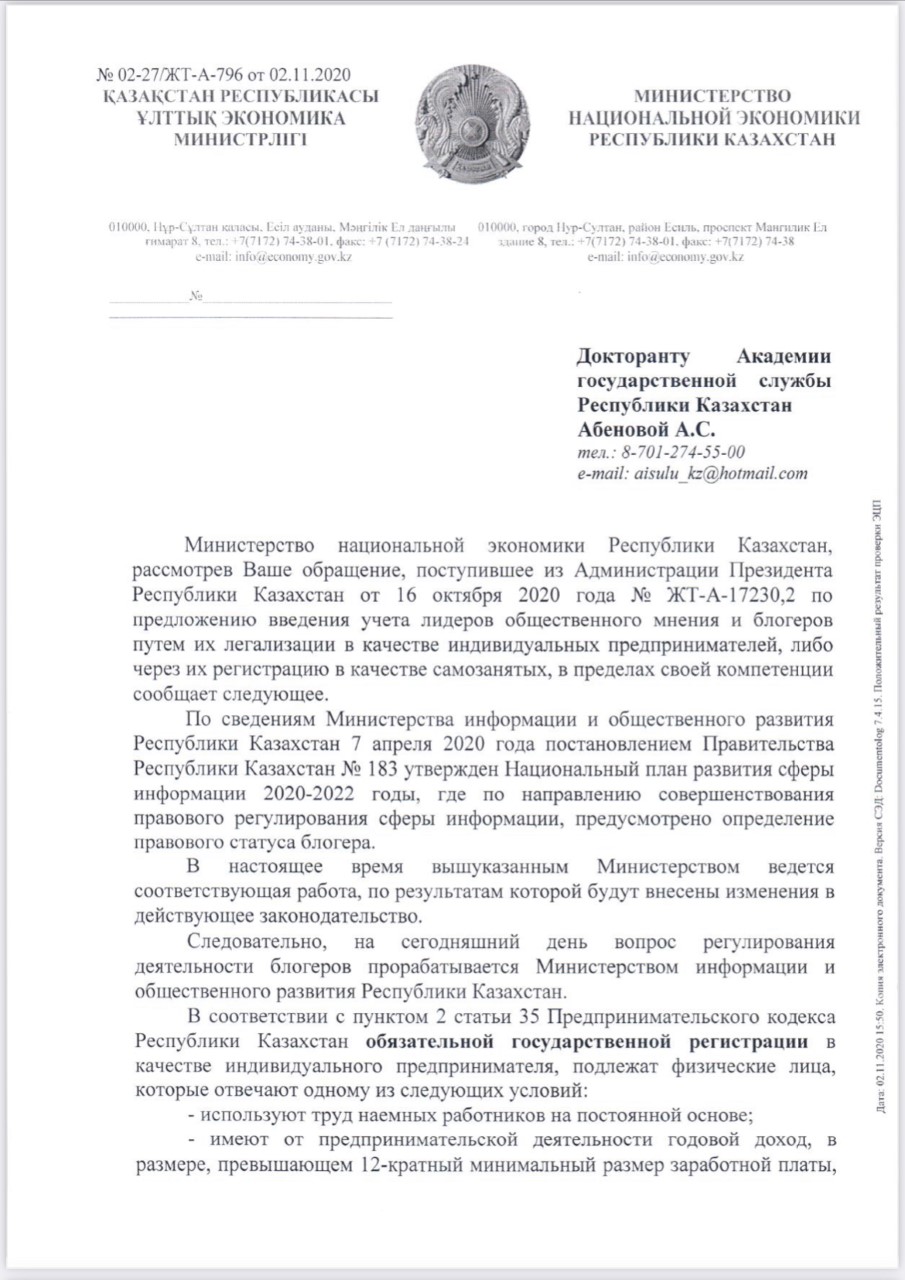
Кроме того, ключевую основу законопроекта составляют нормы по повышению статуса и прав журналистов. К примеру, установление срока исковой давности, которое послужит элементом правовой защиты журналистов и редакции СМИ, сокращение сроков рассмотрения запросов СМИ с 7 до 5 рабочих дней, внедрение инструмента мониторинга и анализа соблюдения прав журналистов в форме подготовки ежегодного Национального доклада о правах и свободах журналистов, введение пресс-карт и др.

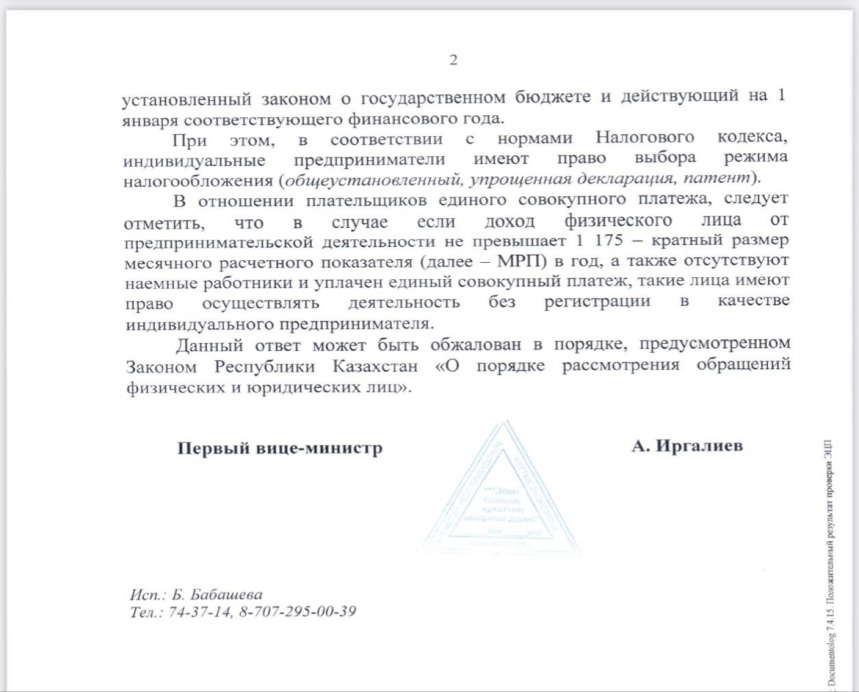
Вместе с тем, ведомством проводится системная работа в области повышения профессионального уровня кадрового потенциала отрасли. В рамках специального плана на 2022-2023 гг. реализуются мероприятия, направленные на подготовку, переподготовку и повышение квалификации медиа-специалистов, развитие отраслевой журналистики и формирование медийной, информационной грамотности населения.

Приложение Б



Приложение В





ПРИЛОЖЕНИЕ Г

*# 1. Загрузка датафрейма*

*# 2. Преобразование tf-idf # 3. Кросс-валидация*

*# 4. Определение числа признаков # 5. Определение гиперпараметров # 6. Вывод графиков*

*# 7. Вывод матрицы конфидентности # 8. Вывод ROC-кривой*

**import numpy as np import pandas as pd**

**import matplotlib.pyplot as plt from pylab import** rcParams

rcParams['figure.figsize'] = 10, 5 plt.style.use('ggplot')

**import seaborn as sns**

**from sklearn.model\_selection import** train\_test\_split

**from sklearn.feature\_extraction.text import** TfidfVectorizer

**from sklearn.linear\_model import** LogisticRegression **from sklearn.model\_selection import** cross\_val\_score **from sklearn.metrics import** accuracy\_score

**from sklearn.metrics import** confusion\_matrix

**from sklearn.metrics import** ConfusionMatrixDisplay

**from sklearn.model\_selection import** GridSearchCV

**from sklearn.metrics import** roc\_curve

**from sklearn.metrics import** RocCurveDisplay

**from tqdm import** tqdm

**import warnings**

warnings.filterwarnings('ignore')

In [1]

In [2]:

In [3]:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Out[3]: |  | | | |
|  |  | **id** | **text** | **answer**  df = pd.read\_csv('train.csv') df |
|  | **0** | 0 | What a disappointment... admittedly the best o... | 0 |
|  | **1** | 1 | This is a pale imitation of the Die Hard franc... | 0 |
|  | **2** | 2 | This good-guy-vs-the-evil-tyrant story, set in... | 0 |
|  | **3** | 3 | This is a documentary I came across by chance ... | 1 |
|  | **4** | 4 | This installment of Masters of Horror was terr... | 0 |
|  | **...** | ... | ... | ... |
|  | **24995** | 24995 | Horrible Script, which was apparently directed... | 0 |
|  | **24996** | 24996 | Five years on from the Tenko survivors returni... | 1 |
|  | **24997** | 24997 | I don't understand. Not being a critic, i am n... | 1 |
|  | **24998** | 24998 | This movie was pretentious, foppish and just d... | 0 |
|  | **24999** | 24999 | This movie is truly amazing,over the years I h... | 0 |

25000 rows × 3 columns

In [4]:

y = df['answer'].values text = df['text'].values

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| In | [5]: | vec = TfidfVectorizer()  X = vec.fit\_transform(text) |
|  |  |  |
| In | [6]: | print(X.shape) |
|  |  | (25000, 77060) |
| In | [7]: | X\_train, X\_test, y\_train, y\_test = train\_test\_split(X, y, test\_size=0.3) |
|  |  |  |
| In | [8]: | clf = LogisticRegression(C=1) clf.fit(X\_train, y\_train)  clf.score(X\_test, y\_test) |
| Out[8]: | | 0.8841333333333333 |

In [10]:

*# Кросс-валидация*

clf = LogisticRegression(C=1)

results = cross\_val\_score(clf, X, y)

In [15]:

print(results)

print(results.mean()) plt.plot(results);

plt.title('Кросс-валидация') plt.xlabel('Номер итерации') plt.ylabel('Метрика');

[0.89 0.8796 0.874 0.891 0.8846]

0.88384

Изображение выглядит как График, текст, линия, диаграмма

Автоматически созданное описание

In [12]:

*# Поиск числа фич*

aa = []

nn = []

**for** n **in** tqdm(range(10)): mf = n\*5000 + 10000

nn += [mf]

vec = TfidfVectorizer(max\_features=mf) X = vec.fit\_transform(text)

clf = LogisticRegression(C=1)

results = cross\_val\_score(clf, X, y) aa += [results.mean()]

100%|██████████| 10/10 [02:02<00:00, 12.26s/it]

In [16]:

plt.plot(nn, aa);

plt.title('Зависимость метрики от числа признаков') plt.xlabel('Число признаков')

plt.ylabel('Метрика');

Изображение выглядит как текст, снимок экрана, График, линия

Автоматически созданное описание

In [21]:

*# Поиск оптимального гиперпараметра*

cc = np.logspace(-2, 2, 20)

searcher = GridSearchCV(LogisticRegression(), [{"C": cc}], cv=5) searcher.fit(X, y)

Out[21]: GridSearchCV(cv=5, estimator=LogisticRegression(),

param\_grid=[{'C': array([1.00000000e-02, 1.62377674e-02, 2.63665090e-0 2, 4.28133240e-02,

6.95192796e-02, 1.12883789e-01, 1.83298071e-01, 2.97635144e-01,

4.83293024e-01, 7.84759970e-01, 1.27427499e+00, 2.06913808e+00,

3.35981829e+00, 5.45559478e+00, 8.85866790e+00, 1.43844989e+01,

2.33572147e+01, 3.79269019e+01, 6.15848211e+01, 1.00000000e+02])}])

In [22]:

best = searcher.best\_params\_["C"] print(best)

8.858667904100823

In [23]:

plt.xscale("log")

plt.xlabel("Гиперпараметр C") plt.ylabel("Метрика")

plt.title("Зависимость метрики от С, оптимум С")

plt.plot(cc, searcher.cv\_results\_['mean\_test\_score']); plt.vlines(x=best, ymin=0.79, ymax=0.9, colors='green');

Изображение выглядит как текст, График, линия, диаграмма

Автоматически созданное описание

In [24]:

*# Кросс-валидация C=9*

clf = LogisticRegression(C=9)

results2 = cross\_val\_score(clf, X, y) print(results2)

print(results2.mean())

[0.8984 0.8908 0.883 0.8966 0.895 ]

0.89276

In [36]:

a1 = results.mean() a2 = results2.mean()

print('acc\_score(C=1)=', a1, 'acc\_score(C=9)=', a2) plt.plot(results, label='C=1');

plt.plot(results2, label='C=9');

plt.title('Кросс-валидация c разными C') plt.xlabel('Номер итерации')

plt.ylabel('Метрика'); plt.legend();

plt.hlines(y=a2, xmin=0, xmax=4, colors='blue'); plt.hlines(y=a1, xmin=0, xmax=4, colors='red');

acc\_score(C=1)= 0.88384 acc\_score(C=9)= 0.89276

Изображение выглядит как текст, линия, График, диаграмма

Автоматически созданное описание

*# Обучение по всей базе, переобучение*

clf = LogisticRegression(C=9) clf.fit(X, y)

clf.score(X, y)

In [37]:

Out[37]: 0.9852

In [42]:

*# Обучение с проверкой, матрица ошибок*

clf = LogisticRegression(C=9) clf.fit(X\_train, y\_train)

y\_pred = clf.predict(X\_test)

a = accuracy\_score(y\_test, y\_pred) print('accuracy\_score=', a)

accuracy\_score= 0.8872

In [43]:

In [50]:

*# Матрица конфидентности*

cm = confusion\_matrix(y\_test, y\_pred)

cm\_display = ConfusionMatrixDisplay(cm).plot()

Изображение выглядит как снимок экрана, прямоугольный, Красочность, линия

Автоматически созданное описание

In [48]:

*# ROC-кривая*

y\_score = clf.decision\_function(X\_test)

fpr, tpr, \_ = roc\_curve(y\_test, y\_score, pos\_label=clf.classes\_[1]) roc\_display = RocCurveDisplay(fpr=fpr, tpr=tpr).plot()

Изображение выглядит как текст, снимок экрана, График, линия

Автоматически созданное описаниеИзображение выглядит как текст, снимок экрана, График, линия

Автоматически созданное описание