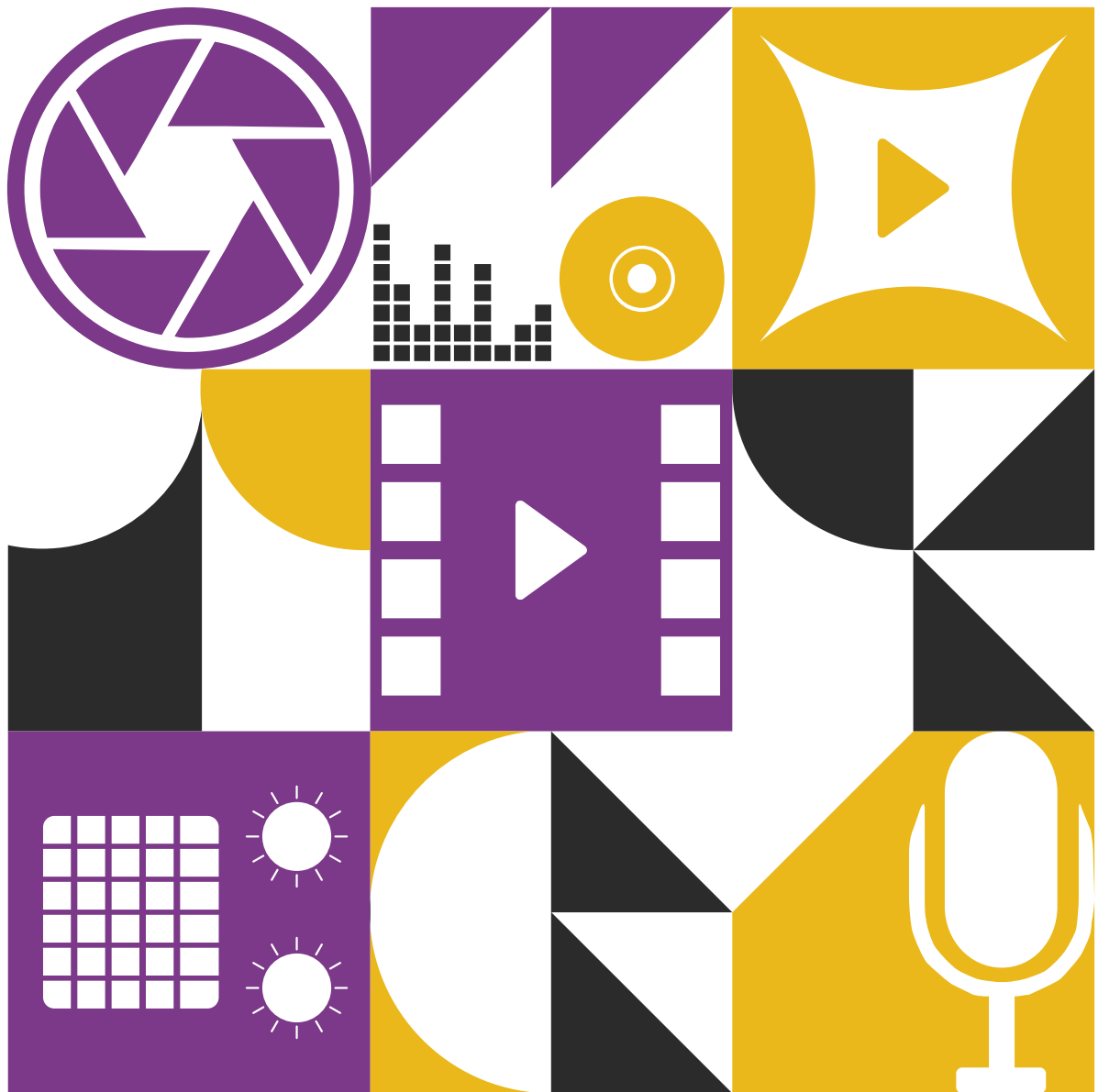


SDU Journal of Media Studies

# JIMIS

Media: Society, History and Politics | Journalism

---



ISSN: 3105-3475



SDU CENTRAL ASIAN  
RESEARCH CENTER

# **SDU Journal of Media Studies**

**№3 (3)/ 2025**

Жылына 4 рет шығады  
Published 4 times a year  
Выходит 4 раза год

Қаскелең / Kaskelen / Каскелен  
2025

**Бас редактор**  
**Мадияр Саудбаев, PhD, ассистент профессор, SDU University**

**Жауапты редактор**  
**Айзада Нуридденова, PhD, ассистент профессор, SDU University**

**Техникалық редактор**  
**Жұлдызай Кубашева, Ғылым департаментінің маманы, SDU University**

**Редакциялық алқа:**

|                           |                                                                       |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>Есенгүл Кәпқызы</b>    | ф.ғ.к., ассистент профессор, SDU University (Қазақстан)               |
| <b>Ғалым Жүсіпбек</b>     | PhD, қауымдастырылған профессор, SDU University (Қазақстан)           |
| <b>Мұхтар Сенгірбай</b>   | PhD, қауымдастырылған профессор, SDU University (Қазақстан)           |
| <b>Айкерім Әлімжанова</b> | PhD, ассистент профессор, SDU University (Қазақстан)                  |
| <b>Қарлыға Мысаева</b>    | PhD, қауымдастырылған профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан) |
| <b>Гүлмира Әшірбекова</b> | ф.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ (Қазақстан)                 |
| <b>Зульфия Имярова</b>    | PhD, қауымдастырылған профессор, KIMEP University (Қазақстан)         |
| <b>Сергей Голунов</b>     | PhD, профессор, SDU University (Қазақстан)                            |
| <b>Елнұр Алимова</b>      | МА, аға оқытушы, SDU University (Қазақстан)                           |
| <b>Асхат Еркімбай</b>     | МА, аға оқытушы, SDU University (Қазақстан)                           |
| <b>Бердақ Байымбетов</b>  | МА, аға оқытушы, SDU University (Қазақстан)                           |
| <b>Асылзат Карабаева</b>  | PhD, ассистент профессор, KIMEP University (Қазақстан)                |
| <b>Айнұр Сләмғажы</b>     | PhD, ассистент профессор, Astana IT University (Қазақстан)            |
| <b>Беате Джозефи</b>      | PhD, профессор, Сидней Университеті (Австралия)                       |
| <b>Уэйн Уанта</b>         | PhD, профессор, Флорида Университеті (АҚШ)                            |
| <b>Айтолқын Ашимова</b>   | PhD, ассистент профессор, Turan University (Қазақстан)                |
| <b>Алтын Ақынбекова</b>   | PhD, ассистент профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)        |
| <b>Асия Исембердиева</b>  | PhD, аға оқытушы, SDU University (Қазақстан)                          |
| <b>Бахтияр Нурумов</b>    | МА, аға оқытушы, SDU University (Қазақстан)                           |
| <b>Ислам Супыалдияров</b> | МА, аға оқытушы, SDU University (Қазақстан)                           |

Редакцияның мекенжайы: Алматы облысы, Қарасай ауданы  
040900, Қаскелең қаласы, Абылай хан көшесі 1/1  
\*e-mail: [jms@sdu.edu.kz](mailto:jms@sdu.edu.kz)

SDU Journal of Media Studies

Қазақстан Республикасының Мәдениет және ақпарат министрлігінде тіркелген

30.06.2025, № KZ92VPY00123309 есепке қою туралы куәлігі

SDU University

ISSN: 3105-3475

Сайт: <https://jms.sdu.edu.kz/index.php/jms>

**Editor-in-chief**

**Madiyar Saudbayev**, PhD, Assistant Professor, SDU University

**Managing Editor**

**Aizada Nuriddenova**, PhD, Assistant Professor, SDU University

**Technical editor**

**Zhuldyzay Kubasheva**, Science Department specialist, SDU University

**Editorial board:**

|                              |                                                                                   |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Yessengul Kap</b>         | Candidate of philological sciences, Assistant Professor, SDU University           |
| <b>Galym Zhussipbek</b>      | PhD, Associate Professor, SDU University (Kazakhstan)                             |
| <b>Mukhtar Senggirbay</b>    | PhD, Associate Professor, SDU University (Kazakhstan)                             |
| <b>Aikerim Alimzhanova</b>   | PhD, Assistant Professor, SDU University (Kazakhstan)                             |
| <b>Karlyga Myssayeva</b>     | PhD, Associate Professor, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan)       |
| <b>Gulmira Ashirbekova</b>   | PhD, Associate Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan) |
| <b>Zulfiya Imyarova</b>      | PhD, Associate Professor, KIMEP University (Kazakhstan)                           |
| <b>Sergei Golunov</b>        | PhD, Professor, SDU University (Kazakhstan)                                       |
| <b>Yelnur Alimova</b>        | MA, Senior Lecturer, SDU University (Kazakhstan)                                  |
| <b>Askhat Yerkimbay</b>      | MA, Senior Lecturer, SDU University (Kazakhstan)                                  |
| <b>Berdak Bayimbetov</b>     | MA, Senior Lecturer, SDU University (Kazakhstan)                                  |
| <b>Assylzat Karabayeva</b>   | PhD, Assistant Professor, KIMEP University (Kazakhstan)                           |
| <b>Ainur Slamgazhy</b>       | PhD, Assistant Professor, Astana IT University (Kazakhstan)                       |
| <b>Beate Josephi</b>         | PhD, Professor, Sydney University (Australia)                                     |
| <b>Wayne Wanta</b>           | PhD, Professor, Florida University (USA)                                          |
| <b>Aitolkyn Ashimova</b>     | PhD, Assistant Professor, Turan University (Kazakhstan)                           |
| <b>Altyn Akynbekova</b>      | PhD, Assistant Professor, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan)       |
| <b>Assiya Issemberdiyeva</b> | PhD, Senior Lecturer, SDU University (Kazakhstan)                                 |
| <b>Bakhtiyar Nurumov</b>     | MA, Senior Lecturer, SDU University (Kazakhstan)                                  |
| <b>Islam Supyaldiyarov</b>   | MA, Senior Lecturer, SDU University (Kazakhstan)                                  |

Address of the editorial office: Almaty region, Karasay district

040900, Kaskelen, 1/1 Abylai Khan street

\*e-mail: [jms@sdu.edu.kz](mailto:jms@sdu.edu.kz)

SDU Journal of Media Studies

Registered by the Ministry of Culture and Information of the Republic of Kazakhstan

Certificate of registration No KZ92VPY00123309 from 30.06.2025

SDU University

ISSN: 3105-3475

Site: <https://jms.sdu.edu.kz/index.php/jms>

**Главный редактор**  
**Мадияр Саудбаев, PhD, ассистент профессор, SDU University**

**Ответственный редактор**  
**Айзада Нуридденова, PhD, ассистент профессор, SDU University**

**Технический редактор**  
**Жулдызай Кубашева, специалист департамента науки, SDU University**

**Редакционная коллегия:**

|                           |                                                                    |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <b>Есенгүл Кәпқызы</b>    | к.ф.н., ассистент профессор, SDU University (Казахстан)            |
| <b>Ғалым Жүсіпбек</b>     | PhD, ассоциированный профессор, SDU University (Казахстан)         |
| <b>Мұхтар Сенгірбай</b>   | PhD, ассоциированный профессор, SDU University (Казахстан)         |
| <b>Айкерим Алимжанова</b> | PhD, ассистент профессор, SDU University (Казахстан)               |
| <b>Қарлыға Мысаева</b>    | PhD, ассоциированный профессор, КазНУ имени аль-Фараби (Казахстан) |
| <b>Гүлмира Әшірбекова</b> | к.ф.н., доцент, ЕНУ имени Л.Н. Гумилева (Казахстан)                |
| <b>Зульфия Имярова</b>    | PhD, ассоциированный профессор, KIMEP University (Казахстан)       |
| <b>Сергей Голунов</b>     | PhD, профессор, SDU University (Казахстан)                         |
| <b>Елнұр Алимова</b>      | магистр, старший преподаватель, SDU University (Казахстан)         |
| <b>Асхат Еркімбай</b>     | магистр, старший преподаватель, SDU University (Казахстан)         |
| <b>Бердақ Байымбетов</b>  | магистр, старший преподаватель, SDU University (Казахстан)         |
| <b>Асылзат Қарабаева</b>  | PhD, ассистент профессор, KIMEP University (Казахстан)             |
| <b>Айнұр Слэмғажы</b>     | PhD, ассистент профессор, Astana IT University (Казахстан)         |
| <b>Беате Джозефи</b>      | PhD, профессор, Сиднейский университет (Австралия)                 |
| <b>Уэйн Уанта</b>         | PhD, профессор, Университет Флориды (США)                          |
| <b>Айтолқын Ашимова</b>   | PhD, ассистент профессор, Turan University (Казахстан)             |
| <b>Алтын Ақынбекова</b>   | PhD, ассистент профессор, КазНУ имени аль-Фараби (Казахстан)       |
| <b>Асия Исембердиева</b>  | PhD, старший преподаватель, SDU University (Казахстан)             |
| <b>Бахтияр Нурумов</b>    | магистр, старший преподаватель, SDU University (Казахстан)         |
| <b>Ислам Супыалдияров</b> | магистр, старший преподаватель, SDU University (Казахстан)         |

Адрес редакции: Алматинская область, Карасайский район  
040900, г. Каскелен, ул. Абылай хана 1/1  
\*e-mail: [jms@sdu.edu.kz](mailto:jms@sdu.edu.kz)

SDU Journal of Media Studies

Зарегистрирован Министерством культуры и информации Республики Казахстан

Свидетельство о постановке на учет № KZ92VPY00123309 от 30.06.2025

© SDU University

ISSN: 3105-3475

Сайт: <https://jms.sdu.edu.kz/index.php/jms>

© SDU University

## МАЗМҰНЫ / CONTENTS / СОДЕРЖАНИЕ

*Media зерттеулер: Қоғам. Тарих. Саясат*

*Media Studies: Society. History. Politics*

*Media исследования: Общество. История. Политика*

### **How Kazakhstan's Media Covered the Nuclear Power Plant Referendum Campaign: A Comparative Study**

*Dariya Zulfukharkyzy, Yelnur Alimova ..... 6*

### **Understanding the Dynamics Behind the Nuclear Referendum in Kazakhstan**

*Zhanel Sabirova ..... 23*

### **Қаңтар оқиғасы туралы мемлекеттік және тәуелсіз медиадағы фреймдерді салыстырмалы талдау**

*Бағдат Сұлтанқызы ..... 40*

### **Личность основателя как бренд компании: роль социальных сетей в продвижении и формировании репутации малого бизнес ана примере кондитерской отрасли**

*Тукембаева Кыял ..... 66*

*Масс коммуникация және журналистика ғылымы*

*The Science of Mass Communication and Journalism*

*Наука о массовой информации и журналистике*

### **Роль сатирических онлайн-медиа в формировании публичного дискурса: анализ реакции аудитории на примере Qaznews24 и Qazaqparat24**

*Батырбекова Ардак. .... 82*

DOI: <https://doi.org/10.47344/sdubss.v57i.002>

IRSTI: 19.45.91

## How Kazakhstan's Media Covered the Nuclear Power Plant Referendum Campaign: A Comparative Study

Dariya Zulfukharkyzy  
Factcheck.kz, Almaty, Kazakhstan  
email: [zuldori04@gmail.com](mailto:zuldori04@gmail.com),

Yelnur Alimova  
SDU University, Kaskelen, Kazakhstan  
email: [yelnur.alimova@sdu.edu.kz](mailto:yelnur.alimova@sdu.edu.kz)

### Abstract

In October 2024, Kazakhstan announced plans to construct a nuclear power plant following a referendum in which more than 71 percent of voters supported the project. President Kassym-Jomart Tokayev described the decision as a choice that would shape the country's future. However, the debate over nuclear power in Kazakhstan extends beyond energy policy and raises broader questions about the formation of public opinion.

In this context, the media functions not only as a channel of information but also as a tool of influence. An examination of Kazakh media coverage of the nuclear power plant in the period leading up to the referendum demonstrates how public perceptions are constructed and which frames are used to set the public agenda. This study analyses how the project is portrayed in both official and independent media, and whether state narratives dominate or are challenged by critical perspectives. Such an analysis allows for an assessment of adherence to international journalism standards and reveals how language choices, narrative structure, and the absence of alternative viewpoints contribute to a constrained media environment.

**Keywords:** Kazakhstan, nuclear power plant, mass media, journalistic ethics, referendum, framing, agenda

### Introduction

The construction of a nuclear power plant (NPP) in Kazakhstan became the main topic of national controversy in politics and society when, in September 2023, the President Kassym-Jomart Tokayev announced plans to hold a referendum on the issue. The campaign before the vote officially opened on September 2, 2024 and ended on October 6, 2024. During this period, human rights defenders from Human Rights Watch, CIVICUS and the Kazakhstan International Bureau for Human Rights sounded the alarm due to pressure on freedom of speech and rallies. Dozens of opponents of the nuclear power plant were arrested, fined or intimidated, and in over a dozen cities, local authorities blocked all applications for protest actions.

Therefore, it is worth investigating how the Kazakh media broadcast the referendum on nuclear power plants. They not only inform, but also set the angle of view on power and events. A comparison of the materials from different channels will show how independent, objective and diverse the media in the country are.

The study focuses on the criticism of the coverage of the nuclear power plant proposal, one of the top political news. It attempts to explore following research questions:

1. Did the media coverage comply with the principles of journalism according to Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE) and International Federation of Journalists (IFJ) standards?

2. What accents did the publications put on the topic of nuclear power plants during the election campaign?

The technique combines numbers and in-depth analysis. The statistics recorded how many times the IFJ/OSCE standards were followed and how the arguments for and against were balanced. The qualitative approach dug deeper: it revealed the main plots, persuasion tricks, and expert choices. This creates a complete picture of the media approach to the referendum.

It is based on the concept of Erving Goffman framing theory, which states that the media mold reality through ready, made templates of meaning. In a 1974 book, he examines how customs and expectations guide our reading of events. Moreover, the “agenda-setting” theory from McCombs and Shaw, which posits that the media is promoting is what worries the people, is also applied in this study. In the referendum, the focus on energy or money could turn the general mood around.

There is a rich body of work on the nuclear debate (Wang, Li, Li, 2014; Gackowski, 2022), but there is a research gap on Kazakhstan’s experience. This article seeks to contribute to this discussion by comparing state media and opposition media, checking them for honesty, facts and the range of opinions.

## Literature review

### *Theoretical background*

The research is based on the theory of framing, developed by sociologist Erving Hoffman. This concept explains how the media shape the perception of events by putting certain meanings into them through special “frames”.

In his book *Framework Analysis: An Outline of the Organization of Experience* (1974), Hoffman shows how people organize everyday experiences based on social norms and habitual patterns of thinking. He identifies several basic concepts for analyzing social situations:

- A framework is a context that helps you understand “what’s going on here.” They guide the behavior and interpretation of events.
- Primary frameworks give meaning to things that are meaningless in themselves. Human actions always take place in natural conditions. Even in a chess game, information is conveyed by words or writing. Often multiple frameworks are used at once: “We waited until the rain stopped to continue the game”. Here the natural framework (rain) is combined with the social one (game). This is how we distinguish random phenomena from conscious actions.
- Keying is the transformation of activity through a change of perspective. A serious event can become a game, and a joke can become a conflict.
- Fabrication is a deliberate distortion of the framework for deception for the sake of personal goals.
- The theatrical frame highlights how people play roles and manage impressions, creating the desired reality for others.

Framing theory provides powerful tools for analyzing the work of journalism. It helps to understand how the media builds stories, highlights key aspects, and guides the audience’s opinion.

Journalists form a framework by selecting facts and ignoring others. Keying turns raw data into a ready-made story, which changes the perception of topics. Hoffman’s analysis of fabrication raises questions of media ethics; even if he was talking about face-to-face communication, the principles apply to the news.

Framing is about selection and emphasis. The media choose aspects of reality, offer an interpretation of the problem, its causes, moral assessment and solutions. According to Gamson (1992), frameworks have three roles: diagnosis, evaluation, and recommendations. There is a single mechanism at all levels: selecting elements → constructing arguments about the problem, causes, consequences, and solutions.

The framework not only organizes information, but also narrows the space for other views,

shaping attitudes towards politics and public opinion.

### *The theory of setting the agenda*

Editors, journalists, and presenters determine political reality through their choice of topics and their presentation (McCombs, 1972). Readers will learn about the issues and their significance in terms of volume and place in the news. The promises of politicians, quotes, and comments in articles strongly influence voters. Most information reaches people through intermediaries.

Although the media rarely change beliefs, they provide basic information during campaigns (McCombs, 1972). The main function of media is to highlight priority topics (McCombs, 2005). Of the thousands of events, only a few are covered, the most important ones. Research confirms that the public is adopting this agenda.

The data shows a link between public opinion and media coverage. The third level of agenda-setting (McCombs) is the influence on the structure of the audience's thinking. People do not just rank topics and their features, but also link them together into a single picture.

### *Previous studies*

Media coverage of nuclear energy is relevant against the background of global challenges of energy, ecology and innovation. A study by Wang, Li, and Li (2014) examines materials on nuclear energy in the Chinese publications *People's Daily* and *Guangming Daily* for 2004-2013.

The authors identified three types of publications: those that support nuclear power plants, those that criticize them, and those that are neutral. Each group was divided into subtopics. The pro-nuclear materials emphasized ecology, safety, efficiency, and economics. The anti-nuclear texts focused on environmental threats, security risks, financial losses, and health. The news articles covered planning, licensing, supervision, commercial projects, plants under construction, and nuclear technology.

Although the method is called quantitative content analysis, the authors have identified the dominant narratives by category. These are elements of a qualitative approach.

Schultz's article (2022) "Soft Power and Media Management of the energy transition: an analysis of narratives about the construction of nuclear power plants in Poland" examines the coverage of the topic in the Polish media from 2016 to 2021. The quantitative analysis revealed four scenarios of Poland's energy policy until 2040. Despite the stated quantitative method, the author described the key frames, dividing them into six blocks: ecology and climate, energy security, science, economics, politics and psychosocial factors.

Unlike hard power with a clear center, soft power is dispersed. According to Gallaroti, this is a meta power, which is an influence through social connections that changes the outcome of interactions. It is not orders, but persuasion that shapes opinions. Whoever explains the events more simply will set the public tone.

Schultz's methodology was based on the main Polish media. The collected texts were searched by the keys: "nuclear power plants", "nuclear energy", "construction of nuclear power plants", "abandonment of nuclear energy". Audience reach, impact, and advertising potential were assessed. The maximum number of publications was found in daily newspapers. The influence was measured by segments: print, online portals, TV.

### *Ethical guidelines*

For an objective assessment of the media and answers to the questions: "To what extent does the coverage of the construction of nuclear power plants in the Kazakh media comply with the OSCE and IFJ standards on balanced presentation?" and "What framework did the media use for the topic of nuclear power plants during the referendum?", two key guidelines have been investigated.

The first is the "Election Coverage Guide" from the International Federation of Journalists (IFJ, 1984). The IFJ unites over 350,000 journalists from 84 countries and considers an independent press to

be the foundation of democracy. Citizens and voters are required to receive reliable, timely and complete information from different points of view (IFJ, 2003).

The IFJ principles on referendums and elections are the professional duty of journalists. Within the framework of national legislation, they must respect the rights of colleagues to work without interference from authorities or external forces.

Voters' ability to make an informed choice depends on media coverage that is objective, accurate, and impartial. This entails comprehensive reporting on the positions of both proponents and opponents, the evolution of the campaign, and all stages of the voting process – from campaigning to ballot counting and the announcement of official results (AXIS, 2012).

## Methodology

This study employed a mixed-methods content analysis, combining quantitative and qualitative approaches, to assess Kazakhstani media coverage of nuclear power plant construction during the 2024 referendum campaign. This approach allowed for both statistical evaluation and in-depth interpretation of media framing, tone, and compliance with journalistic standards.

Four Kazakhstani media outlets were selected for analysis based on language, ownership, and audience reach:

- State-owned: *Egemen Qazaqstan* (Kazakh) and *Kazpravda* (Russian)
- Independent: *Orda.kz* and *Vlast.kz* (both Russian)

Although *Vlast.kz* operates a Kazakh-language section, it mainly publishes translations of its Russian content. Therefore, *Vlast Qazaqsha* was excluded from the sample. This selection allowed for comparison across language (Kazakh vs. Russian) and ownership (state vs. independent) dimensions.

The study focused on the period from 2 September to 5 October 2024, corresponding to the official referendum campaign announced by the President Tokayev. During this time, the media were expected to provide balanced coverage of both “yes” and “no” campaigns, in accordance with international standards for election reporting.

In total, 47 analytical articles related to the NPP were collected from the four outlets. Brief news items that merely repeated official statements were excluded, as they lacked interpretive depth. The analysed materials included analytical pieces, opinion columns, and investigative reports discussing the environmental, economic, or political implications of NPP construction.

This work uses a combination of quantitative and qualitative content analysis. The theoretical basis is the works of Ole Holsti (1969) and Zhang and Weidemuth (2009), describing the specifics of both approaches. The main goal is to check to what extent the media coverage of the nuclear power plant corresponded to the principles of independent and responsible journalism during the referendum.

Holsti (1969) calls quantitative content analysis an objective method for systematically calculating the characteristics of texts with reliable conclusions. He measures by numbers: the frequency of topics, words, and characters. Codes and categories are preset for reliable results, ideal for large amounts of data. Zhang and Weidemuth (2009) see qualitative analysis as a deep interpretation of meanings behind the surface layer. The researcher analyses the context, motives, ideology. Hidden plots, frames, and values are revealed. Coding is flexible, that is you can change it on the go.

The materials were evaluated according to IFJ standards (election recommendations). The main criteria:

- Neutral presentation: without bias, aggression or manipulation.
- Balance: all parties are equal, pluralism is required.
- Justice: the accusations of one side require counterarguments from the opponents.
- Openness: only proven facts, without exaggeration.

- Accuracy: truth is the main duty of a journalist.

Serious violations under IFJ:

- plagiarism;
- deliberate falsification;
- slander, insults;
- bribes for publications or silence.

From the IFJ's long list, seven items relevant to the referendum were selected. The rest (such as "don't drive a car policy") are not applicable to text analysis.

OSCE and IFJ criteria

The analysis of publications was conducted on four Kazakhstani media outlets before the referendum. The quantitative approach measured compliance with standards and the scale of narratives. Qualitative approach analysed the categories of articles on the OSCE ("Media Monitoring in Elections", 2012): balance, objectivity, sources, views.

Key OSCE norms:

- Pluralism: internal rules of ethics or external control.
- Equal access: fair rotation of positions.
- Independence: without censorship and pressure.
- Features of state-owned enterprises: diversity, accountability, difference from private ones.

**Table 1.** *IFJ and OSCE norms and criteria*

| IFJ and OSCE                        | Principal Brief description                                                                                         |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Balance of viewpoints               | Represents arguments from all sides, including both support for and opposition to the NPP                           |
| Impartiality of presentation        | Ensures absence of agitation, emotionally charged, or manipulative language                                         |
| Separation of facts and opinions    | Clearly distinguishes between factual information, commentary, and interpretation.                                  |
| Diversity of sources and viewpoints | Inclusion of official, expert, independent, and civic opinions;                                                     |
| Equal access and fair conditions    | Guarantees that different positions have equal opportunity to be presented.                                         |
| Language accuracy and neutrality    | Uses precise, neutral vocabulary; avoids stigmatization, exaggeration, or contradictory presentation of information |

*Note.* Compiled by authors

These standards are especially important for Kazakhstan, where most media outlets are state-owned or affiliated. Such publications usually broadcast the official position of the authorities, relying on a narrow range of sources and views. Therefore, trust in the press, transparency and impartiality in covering controversial topics remain the main challenges of the Kazakh media.

The content analysis showed which frames dominated ("energy security", "technology", "environmental threats", "health", "dependence on Russia") and how the public agenda was formed. A

qualitative analysis revealed the linguistic techniques and rhetoric of journalists: metaphors, labels, logic of disputes, presentation of conflicts and search for compromises. This explained how the media influenced the mood; through fear, optimism, doubt, or support for nuclear power plants. A quantitative analysis was carried out on the state media (*Egemen Qazaqstan*, *Kazakhstanskaya Pravda*) and independent media (Orda.kz, Vlast.kz). The volume of publications as well as tone, quality of sources, level of criticism, and availability of alternatives were analysed. This revealed differences in editorial policy.

## Results and Analysis

The section is devoted to the analysis of Kazakhstani publications about nuclear power plants. The sample consisted of 48 analytical articles: 27 in Kazakh and 21 in Russian, published during the period of campaigning for the referendum (September 2 - October 5, 2024). Each article was tested using below approaches:

- Quantitative analysis according to 9 IFJ criteria (“Guide to Election and Democracy Coverage”).
- Qualitative content analysis by Zhang and Weidemuth (2009).
- Additionally on the OSCE (“Media Monitoring in Elections”, 2012).
- The topics from the research of Wang et al. (2014) on China and Szulc (2022) on Poland are taken into account.

The OSCE leadership does not provide rigid metrics, but emphasizes the responsibility of the state media to society. Therefore, it was combined with clear IFJ regulations. The criteria were applied to four publications (*Egemen Qazaqstan*, *Kazakhstanskaya Pravda*, Orda.kz, Vlast.kz) one month before the vote. This paper evaluated four variables below:

- A variety of positions (experts, scientists, activists, public utilities).
- Hidden or explicit agitation in the headlines and first paragraphs.
- The number and type of sources.
- The neutrality of the tone, the access of the opponents.

### *Quantitative content analysis*

**Table 2.** *Assessment of Compliance with IFJ and OSCE Ethical Standards in Selected Kazakhstani News Media, 2024.*

| <b>Recommendation</b>                                                                                               | <b>Yes<br/>(100%)</b> | <b>No<br/>(100%)</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------|
| Represents arguments from all sides, including both support for and opposition to the NPP                           | 9%                    | 91%                  |
| Ensures absence of agitation, emotionally charged, or manipulative language                                         | 9%                    | 91%                  |
| Clearly distinguishes between factual information, commentary, and interpretation                                   | 4%                    | 96%                  |
| Inclusion of official, expert, independent, and civic opinions                                                      | 11%                   | 89%                  |
| Guarantees that different positions have equal opportunity to be presented                                          | 9%                    | 91%                  |
| Uses precise, neutral vocabulary; avoids stigmatization, exaggeration, or contradictory presentation of information | 11%                   | 89%                  |

*Note.* Compiled by authors

**Table 3.** *The number and percentage of press articles that complied with each specific criterion outlined in the IFJ and OSCE guidelines*

| <b>Recommendation</b>                                                                                               | <b>Vlast.kz</b> | <b>Orda.kz<br/>(Russian)</b> | <b>Orda.kz<br/>(kazakh)</b> | <b>Kazpravda</b> | <b>Egemen<br/>Qazaqstan</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------|-----------------------------|------------------|-----------------------------|
| Represents arguments from all sides, including both support for and opposition to the NPP                           | 50%<br>(n=1)    | 25%<br>(n=3)                 | 0%<br>(n=0)                 | 0%<br>(n=0)      | 0%<br>(n=0)                 |
| Ensures absence of agitation, emotionally charged, or manipulative language                                         | 100%<br>(n=2)   | 16.67%<br>(n=2)              | 0%<br>(n=0)                 | 0%<br>(n=0)      | 0%<br>(n=0)                 |
| Clearly distinguishes between factual information, commentary, and interpretation.                                  | 100%<br>(n=2)   | 16.67%<br>(n=2)              | 0%<br>(n=0)                 | 0%<br>(n=0)      | 0%<br>(n=0)                 |
| Inclusion of official, expert, independent, and civic opinions;                                                     | 50%<br>(n=1)    | 8.33%<br>(n=1)               | 0%<br>(n=0)                 | 0%<br>(n=0)      | 0%<br>(n=0)                 |
| Guarantees that different positions have equal opportunity to be presented.                                         | 0%<br>(n=0)     | 25%<br>(n=3)                 | 100%<br>(n=1)               | 0%<br>(n=0)      | 0%<br>(n=0)                 |
| Uses precise, neutral vocabulary; avoids stigmatization, exaggeration, or contradictory presentation of information | 100%<br>(n=2)   | 16.67%<br>(n=2)              | 100%<br>(n=1)               | 0%<br>(n=0)      | 0%<br>(n=0)                 |

*Note.* Compiled by authors

### *Theme & coding rule*

This part of the study examines the primary narratives in each article, classifying them into pro-nuclear, anti-nuclear, and neutral/other themes. These classifications are based on insights from prior studies, particularly the works of Wang, Li, & Li (2014) on China and Szulc (2022) on Poland.

Pro-nuclear articles include arguments that support nuclear power, using terms such as favor, benefits, advocate, and advantages.

- **Urgent need:** Highlights arguments suggesting that Kazakhstan will face significant challenges in the coming years without constructing an NPP.  
*Example:* “If Kazakhstan does not build a nuclear power plant, the country may face a number of real risks.” *Egemen Qazaqstan* (Bekzhanov, September 12, 2024)
- **Energy deficit:** Focuses on claims that the country’s energy shortage can be addressed by building an NPP.  
*Example:* “Since there is not enough power, we are forced to receive energy from neighboring states.” *Egemen Qazaqstan* (Qulekeev, October 3, 2024)
- **Economic benefits:** Highlights that NPP construction can attract investment, create jobs, develop technology, and contribute to overall economic growth.  
*Example:* “Entrepreneurs also need more affordable energy to introduce new production methods and technologies to be competitive. An increase in product quality is expected to lead to an expansion of sales markets.” *Kazpravda* (September 25, 2024)
- **Opportunity:** Emphasizes Kazakhstan’s natural advantages, such as uranium reserves and favorable geography, as opportunities for NPP development.

*Example:* “In this sense, the construction of a nuclear power plant will increase the country’s energy independence and allow for more efficient use of uranium reserves.” *Egemen Qazaqstan* (Zolshybayuly, October 4, 2024)

- Technology of the future: Argues that timely construction of NPPs is crucial for Kazakhstan’s technological progress.

*Example:* “It is quite obvious that without nuclear energy we will be lost. It’s a matter of basic progress.” *Orda.kz* (Masalsky, September 30, 2024)

- Ecological benefits: Focuses on the environmental advantages of NPPs, such as reduced CO<sub>2</sub> emissions compared to coal.

*Example:* “Although coal remains an important source of electricity, its negative impact on the environment causes the need to look for alternatives.” *Egemen Qazaqstan* (Zhumangalykyzy, September 30, 2024)

- Safety: Highlights that modern NPPs comply with international standards and minimize the risk of accidents affecting people or the environment.

*Example:* “Compliance with international standards guarantees a high degree of NPP safety, minimizing the risks of accidents and their consequences, ensuring the reliability and durability of the facility.” *Kazpravda* (October 2, 2024)

Anti-nuclear articles contain arguments opposing nuclear power, using terms such as risks, danger, and political interests.

- Political interests: Emphasizes that NPP construction serves foreign corporate interests.

*Example:* “According to Abay Yerekenov, Kazakhstani officials pushing the idea of building a nuclear power plant are acting in the interests of Rosatom, which seeks to become a leading leader in the global uranium market.” *Orda.kz* (Utupin, September 21, 2024)

- Economic risks: Focuses on the high costs and potential financial burdens associated with NPP construction.

*Example:* “...the economic weight will be greater, as all work will require \$12-15 billion. In general, construction can take a long time, and it is necessary to take money with an interest loan. After the completion of the nuclear power plant, another billion dollars will be required to dispose of nuclear waste and close the station.” *Orda.kz* (Zharylkassyn, September 20, 2024)

Neutral or other articles include arguments presenting both sides or articles without taking a clear position.

- Balanced: Incorporates elements from both pro- and anti-nuclear narratives.

*Example:* “The NPP construction itself will give a powerful boost to the economy, the multiplier effect is enormous – at the same time many other industries will be revived or created.” *Orda.kz* (Smolin, September 2, 2024)

*Example:* “The scenario of an energy accident at a yet-to-be-built NPP could also affect the region’s economy, but if an environmental disaster were to occur, Almaty, Karaganda and Zhambyl oblasts would become victims of radiation, not to mention Lake Balkhash.” *Orda.kz* (Smolin, September 2, 2024)

- Neutral: Articles that do not present either supporting or opposing viewpoints regarding NPP construction.

**Table 4.** *The number and percentage of articles in each newspaper that conveyed pro-nuclear themes*

| Pro-nuclear arguments | Vlast.kz | Orda.kz (Russian) | Orda.kz (Kazakh) | Kazpravda    | Egemen Qazaqstan |
|-----------------------|----------|-------------------|------------------|--------------|------------------|
| Urgent need           | 0%(n=0)  | 8.33% (n=1)       | 0%(n=0)          | 14.29% (n=1) | 12.5% (n=3)      |
| Energy deficit        | 0%(n=0)  | 8.33%             | 0%(n=0)          | 14.29%       | 33.33%           |

|                     |                | (n=1)                   |                | (n=1)             | (n=8)                  |
|---------------------|----------------|-------------------------|----------------|-------------------|------------------------|
| Economic benefits   | 0%(n=0)        | 16.67%<br>(n=2)         | 0%(n=0)        | 14.29%<br>(n=1)   | 8.33%<br>(n=2)         |
| Opportunity         | 0%(n=0)        | 0%(n=0)                 | 0%(n=0)        | 0%<br>(n=0)       | 8.33%<br>(n=2)         |
| Future technology   | 0%(n=0)        | 8.33%<br>(n=1)          | 0%(n=0)        | 14.29%<br>(n=1)   | 12.5%<br>(n=3)         |
| Ecological benefits | 0%(n=0)        | 8.33%<br>(n=1)          | 0%(n=0)        | 0%(n=0)           | 8.33%<br>(n=2)         |
| Safety              | 0%(n=0)        | 16.67%<br>(n=2)         | 0%(n=0)        | 42.86%<br>(n=3)   | 16.67%<br>(n=4)        |
| <b>Total</b>        | <b>0%(n=0)</b> | <b>66.67%<br/>(n=8)</b> | <b>0%(n=0)</b> | <b>100% (n=7)</b> | <b>100%<br/>(n=24)</b> |

Note. Compiled by authors

**Table 5.** The number and percentage of articles in each newspaper that conveyed anti-nuclear themes

| Anti-nuclear       | Vlast.kz       | Orda.kz<br>(russian)   | Orda.kz<br>(kazakh)   | Kazpravda      | Egemen<br>Qazaqstan |
|--------------------|----------------|------------------------|-----------------------|----------------|---------------------|
| Political interest | 0%(n=0)        | 8.33%<br>(n=1)         | 0%(n=0)               | 0%(n=0)        | 0%(n=0)             |
| Economic risks     | 0%(n=0)        | 0%(n=0)                | 100%<br>(n=1)         | 0%(n=0)        | 0%(n=0)             |
| <b>Total</b>       | <b>0%(n=0)</b> | <b>8.33%<br/>(n=1)</b> | <b>100%<br/>(n=1)</b> | <b>0%(n=0)</b> | <b>0%(n=0)</b>      |

Note. Compiled by authors

**Table 6.** The number and percentage of articles in each newspaper that featured neutral or other perspectives

| Neutral or another | Vlast.kz   | Orda.kz<br>(Russian) | Orda.kz<br>(Kazakh) | Kazpravda | Egemen<br>Qazaqstan |
|--------------------|------------|----------------------|---------------------|-----------|---------------------|
| Balanced           | 0%(n=0)    | 8.33%<br>(n=1)       | 0%(n=0)             | 0%(n=0)   | 0%(n=0)             |
| Neutral            | (n=2) 100% | 8.33%<br>(n=1)       | 0%(n=0)             | 0%(n=0)   | 0%(n=0)             |

|              |                   |                         |                |                |                |
|--------------|-------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Total</b> | <b>(n=2) 100%</b> | <b>16.67%<br/>(n=2)</b> | <b>0%(n=0)</b> | <b>0%(n=0)</b> | <b>0%(n=0)</b> |
|--------------|-------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|

*Note.* Compiled by authors

### *Press study*

The overall analysis (Table 2) indicates that, on average, only 4-11% of the reviewed articles complied with the established ethical criteria, whereas 89-96% failed to meet them. The clearest issue was the distinction between facts, commentary, and interpretation, with merely 4% of materials adhering to this standard.

In addition, coverage of arguments from both sides was largely unbalanced, as 91% of articles favored one perspective. Similarly, despite the presence of multiple viewpoints, 89% of the content remained one-sided. Furthermore, 89% of the articles employed emotionally charged or manipulative language.

### *Egemen Qazaqstan*

OJSC *Egemen Qazaqstan*, the publisher of the *Egemen Qazaqstan* newspaper, is fully state-owned, as stipulated in an official decree of the Government of the Republic of Kazakhstan. According to the OSCE handbook, state-owned media bear a heightened responsibility to ensure neutrality in referendum coverage. This includes upholding principles of balance, fairness, and accuracy, serving the public interest, and providing a diverse and pluralistic range of perspectives.

*Egemen Qazaqstan* became the leader in the number of publications about nuclear power plants: 83 materials, 24 of them analytical and interviews. Even after filtering, the edition remained ahead. The newspaper completely ignored international standards (Table 3). All materials are 100% pro-nuclear, which indicates one-sidedness. The narrative of “energy deficit” dominated (33.33% of articles). Safety is in second place (16.67%). Only here uranium was emphasized as an advantage (8.33%). For instance, the article was published on the day of the referendum was titled “Sooner or later, Kazakhstan will have to follow the path of nuclear energy, as developed countries have done. The sooner the better” (Kabdershikhuli, 2024).

The publication persistently promoted the “necessity” of nuclear power plants. In the article “Nuclear power plants are needed like air,” it was argued that a shortage was inevitable. An expert, Beket Kenzhegulov of Atyrau University, was quoted in full, without giving a word to his opponents. He insisted that nuclear power plants are the only way out of the crisis (Mukaev, 2024).

Alternative opinions were mentioned in passing, without arguments. Only officials, the president, ministers, and representatives of Kazatomprom were quoted.

The first analysis from September 4 is “NPP: an objective need”. It was claimed that President Tokayev made the decision involuntarily, i.e. technology is growing, energy is needed more and more. Kazakhstan faces “future problems” (Kuanyshev, 2024).

The official announcement was accompanied by the slogans: “energy security”, “energy of the future”, “technologies of tomorrow”.

In an interview with Asvan Siybekov: the safety of nuclear power plants is of concern to the World, the head of Kazakhstan NPP LLP, an interested party, was interviewed without counterarguments. The interview began: “If Kazakhstanis choose correctly...” This implies that the opponents are wrong. The materials are not just unbalanced, they are unfair and do not meet any IFJ criteria.

The article titled “You need to know the advantages of nuclear power plants” listed the advantages and taught readers to “evaluate the value” of the plant. They claimed that Kazakhstan was “developing science,” and the NPP was a “studied technology” without links to research. They predicted a deficit in 6-7 years, according to experts. Compared to “all the countries on the plains” without evidence. All standards (balance, objectivity, sources, language, facts vs opinions) are violated

everywhere. A special narrative is the uranium wealth as an argument, which ignored gas reserves (Ministry of Energy of the Republic of Kazakhstan, 2024). “We have huge reserves of uranium, which is the basis for reducing CO<sub>2</sub> emissions” (Jumangalikyzy, 2024).

### *Kazpravda*

During the period *Kazakhstanskaya Pravda* published 37 materials about nuclear power plants, mostly news. Seven analytical articles were selected for analysis. This study found that all violated international standards. Like *Egemen Qazaqstan*, the publication was exclusively pro-nuclear. The leading rubric is safety (42.86% of materials), while ecology was mentioned, but always in conjunction with safety guarantees.

In an interview with the head of Atameken, Zhakip Khairushev, security for Balkhash was discussed. The expert stated that “The NPP is 100% safe for the lake according to the expertise.” There are no documents. The material appears one-sided, convincing without counterarguments (Kazpravda, 2024). The facts were presented as proven, without references.

Unlike the Kazakh version of *Egemen Qazaqstan* (emphasis on scarcity), the focus here is on the fears of the population. The Russian-language newspaper reassures: “The NPP is safe.” Two articles praised the referendum for its “elective culture.” The authors were not indicated; a disadvantage to pluralism. Opponents were portrayed as ignorant: “Fears are either a political provocation against an economic breakthrough, or ignorance” (Kazpravda, 2024).

The October article titled “International standards for the construction of nuclear power plants in Kazakhstan: a guarantee of reliability” convinced of “high quality” under the control of global standards. They promised staff training. The journalist persistently instilled security, ignoring the fears of the residents.

All publications are manipulative: they demonize opponents and do not allow debates. Not a single article has delved into economics or risks. As a state media outlet, Kazpravda is obliged to serve society, not politicians (unlike private publications).

### *Vlast.kz*

The portal has published 25 materials about nuclear power plants, three of them analytical. One is dedicated not to the station, but to the 75th anniversary of nuclear tests in Kazakhstan, the project of the ORTA art group “The Great Atomic Bomb Repeller”.

Vlast.kz holds the most restrained position. Not a single article contains pro- or anti-nuclear arguments. Half of the materials have balance views with neutral language with a clear separation of facts and opinions.

The first analysis is “Without independent observers, the results will be distorted.” The piece dealt with the problems of accreditation: the referendum was announced a month in advance, there was not enough time to prepare.

“There is a week before the voting on the NPP. The exact date is known for only a month, which complicated the work of the observers. Someone is waiting for accreditation, someone is waiting for financing” (Ozbekbai, Kurmangazina, 2024).

Closer to the referendum, the article “Atomic Propaganda” was published, where *Egemen Qazaqstan* and Kazpravda were mentioned. They quoted Orda.kz, a political scientist Dosym Satpayev, and a journalist Asem Japisheva. The headlines read: “Nuclear energy has nothing to fear,” “Nuclear power plants are our development!”, “Nuclear power plants are being built even on the moon,” “The sun is also a reactor” (Kaysar, Kemelbai, 2024). Both materials did not agitate, but dealt with problems, i.e. the role of observers and the goals of propaganda. Unlike state media, they did not compare the advantages/disadvantages of nuclear power plants, but recorded the facts. This study found that the Vlast.kz fully complies with IFJ/OSCE standards.

*Orda.kz (Russian)*

The portal has released 62 materials about nuclear power plants, 12 analytical/interviews. The materials are mostly one-sided: 66.67% are pro-nuclear. The anti-nuclear arguments are weak - only one article about the influence of Rosatom. Even it ("If you develop mines, you won't need nuclear power plants") is more about election fraud than about the risks.

The only neutral material (September 2) is "The referendum on nuclear power plants: what do experts predict?". They interviewed specialists, but mostly government agencies. Only the veteran was independent, and he was also in favor. One expert is against it. There is a balance, but it is incomplete. The language is neutral.

Furthermore, "Coal fired thermal power plants are 100% more dangerous than nuclear power plants." The title sets the tone referring to Energyprom.kz there are few sources, manipulations: "Nuclear power plants are much safer," "rumors are exaggerated." Coal is harmful, but the decision is controversial.

In the "Referendum on Nuclear Power plants: democracy or budget spending?" the opponents were threatened: "Activists can disrupt the vote" (Drobný, 2024).

"Headquarters for the nuclear power plant: the people are ready to stand up to their opponents" is an interview with a pro-nuclear organization. The opponents were accused of seizing the headquarters.

"Who stands behind the supporters and opponents of nuclear power plants" seems balanced, but the pro-nuclear ones were interviewed, the anti-nuclear ones were only described. After the criticism, the Orda.kz investigated the pro-nuclear forces, calling the opponents extremists "Alga, Kazakhstan!" (Kaisar, Kemelbai, 2024). An article about China praises nuclear power plants as the "pride of the nation," the environment, and jobs. An expert from China is in favor and there are no counterarguments (Volkov, 2024). According to the state media, the emphasis is on security and the economy (16.67%).

*Orda.kz (Kazakh)*

In the Kazakh-language section, *Orda* published a limited number of materials; approximately 12 articles, including news reports, of which only one analytical piece was selected for analysis. This article was also the sole anti-nuclear publication in Kazakh and focused on the economic risks associated with NPP construction, including the costs of waste management. The article met only two of the six evaluation criteria, namely the provision of equal access and the use of neutral language.

In this piece, the journalist interviewed political scientist Dosym Satpayev, discussing not only the nuclear power plant project but also President Tokayev's broader political promises. The analysis centered on the political dimensions of the initiative. Unlike the Russian-language version, the Kazakh-language article explicitly addressed the risks of dependence on foreign contractors and the potential financial burden on the state.

However, a single article is not enough for a representative comparison of the portal versions. Nevertheless, the Kazakh-language content demonstrates a great willingness to discuss problematic aspects of the project.

## Discussion

The study revealed sharp differences in the approaches of the state media and independent publications. State channels systematically promoted the positive image of the NPP, completely excluding criticism and alternatives. Even independent media rarely allowed for diversity of views. The key problem was the shortage of neutral analysts, with only two articles. This contradicts the basic norms of OSCE journalism (2012) and IFJ (2003), which require equal reflection of all positions on controversial topics. State-owned enterprises broadcast the official line, focusing on the advantages of

nuclear power plants. Similar to the Chinese case (Wang et al., 2014), where there were at least two anti-nuclear materials. The conclusions coincide with Szulc (2022), that is the media as a tool of soft power form loyalty to nuclear energy.

The Vlast.kz basically refrained from evaluating the NPP, publishing informational notes (not included in the sample). The analysis concerned the transparency of the referendum and propaganda in the state media. The Orda.kz, despite its independence, showed one-sidedness: 66.67% of pro-nuclear materials, one weak criticism about the referendum.

The state media, *Egemen Qazaqstan* and *Kazpravda* completely ignored the standards, but they differed in their narratives: the Kazakh-speaking media convinced of the need, the Russian-speaking one sought to persuade of the safety.

The overall picture (Table 2): only 4-11% of materials meet the criteria, 89-96% do not. The separation of facts/opinions is the weakest (4%). 96% of articles mix objectivity with estimates. 91% ignores the balance. The state media quoted only officials, manipulating emotions: “energy independence”, “modernization”.

According to Goffmann (1974), this is fabrication, i.e. the choice of details for deception. State media (*Egemen Qazaqstan*, *Kazpravda*) modeled the nuclear power plant as an inevitable progress. According to Etman (1993), framing worked according to the scheme: problem (deficit) → reason (state resolution) → morality (opponents are irrational) → solution (NPP). The vocabulary (“the future of Kazakhstan”, “stability”) blocked the discussion.

It should be noted that the absence of scientists, NGOs, and civic voices has eliminated the agenda of alternatives. This deprived voters of an informed choice.

## Conclusions

This study examines media coverage of the planned construction of nuclear power plants in Kazakhstan in the period preceding the referendum held on October 6, 2024. The research employed both quantitative and qualitative content analysis, with the primary objective of assessing the level of objectivity in how Kazakh media addressed this socially and politically significant issue.

The findings indicate that the Kazakh media landscape was largely dominated by a one-sided, positive narrative surrounding nuclear power. In 91 percent of the analysed publications, nuclear energy was portrayed favorably. State-owned outlets, including *Kazpravda* and *Egemen Qazaqstan*, presented exclusively pro-nuclear coverage, with 100 percent of the examined materials supporting the construction of nuclear power plants. A similar pattern was observed in the private outlet *Orda.kz* (Russian-language edition), where 66.67 percent of articles endorsed the project. Across these publications, nuclear power plants were framed as strategically essential, safe, and economically advantageous for the country. As a result, the coverage in state media can be seen as falling short of key international journalistic standards articulated by the OSCE and the IFJ.

Critical perspectives on nuclear power were rare and unsystematic. *Orda.kz* was the only outlet to publish limited critical content, consisting of a single analytical article in both Kazakh and Russian that included arguments opposing the project. By contrast, the independent outlet *Vlast.kz* adopted a more cautious and balanced approach, maintaining a neutral tone and focusing on issues of transparency and public participation in all analysed materials (100 percent). Overall, the dominant narratives identified in the study closely aligned with Kazakhstan’s official state policy on nuclear energy.

Several conclusions can be drawn from these findings. First, state-owned media in Kazakhstan do not fully perform the role of independent public informers, instead consistently providing one-sided coverage. Second, independent media largely fail to offer a sufficient counterweight to the prevailing pro-nuclear discourse. Third, audiences relying on different media sources encounter systematic bias, which complicates the formation of informed and objective public opinion.

These results underscore the need for a more robust integration of international journalistic standards into both editorial policies and journalism education in Kazakhstan. Principles such as transparency, balance, diversity of sources, and critical inquiry should serve as the foundation of media

practice, particularly when reporting on issues related to national security, environmental risks, and the country's long-term development.

Despite the fact that this study provides an idea of the nature of the media coverage of the construction of nuclear power plants in Kazakhstan in the run-up to the 2024 referendum, it is necessary to take into account a number of limitations that may affect the depth and generalizability of the conclusions. One of the key limitations is the relatively small amount of media included in the analysis.

Four media outlets were reviewed in the study. Although their selection was deliberate and aimed at representing both state-owned and independent media, it does not cover the entire spectrum of the Kazakh media market. As a result, the conclusions may not fully reflect the diversity of editorial approaches that exist in other media, including regional or niche media.

An additional limitation was the number of relevant analytical publications within the selected time period. Hence, the Kazakh-language version of Orda.kz has published only one analytical article on the topic of nuclear power plants, which significantly limits the possibility of analyzing its editorial position. Similarly, Vlast.kz during the period under review, published only three analytical materials, of which only two were directly devoted to the construction of nuclear power plants.

The small sample size, especially in the independent media segment, limits the depth of both quantitative and qualitative content analysis and makes it difficult to formulate generalized conclusions about broader editorial trends and differences between public and private media.

## References

- Chomsky, N. (1991). *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. A Seven Stories Press First Edition. [https://archive.org/details/media\\_Noam\\_Chomsky-Media\\_Control/page/n23/mode/2up](https://archive.org/details/media_Noam_Chomsky-Media_Control/page/n23/mode/2up)
- CIVICUS. (2024). Crackdown on dissent over nuclear power plant, controversial media accreditation rules, and anti-LGBTQI+ propaganda measures. Retrieved May 25, 2025 from [https://monitor.civicus.org/explore/crackdown-on-dissent-over-nuclear-power-plant-controversial-media-accreditation-rules-and-anti-lgbtqi-propaganda-measures/?utm\\_source=chatgpt.com](https://monitor.civicus.org/explore/crackdown-on-dissent-over-nuclear-power-plant-controversial-media-accreditation-rules-and-anti-lgbtqi-propaganda-measures/?utm_source=chatgpt.com)
- Constitutional Law of the Republic of Kazakhstan. (1995, September 28). On elections in the Republic of Kazakhstan. [https://kodeksy-kz.com/ka/o\\_vyborah/32.htm](https://kodeksy-kz.com/ka/o_vyborah/32.htm)
- Drobny, N. (2024, September 6). Referendum on nuclear power plant: Triumph of democracy or budgetary excess? *Orda.kz*. Retrieved May 24, 2025 from <https://orda.kz/referendum-po-ajes-triumf-demokratii-ili-izlishestvo-za-schet-bjudzheta-391442/>
- Egemen Qazaqstan. (2024, October 6). Tabigi faktorlarga tauelsiz AES-ting roli aldinghy qatargha shyqty, [The role of nuclear power plants, independent of natural factors, has come to the fore]. Retrieved October 10, 2024 from <https://egemen.kz/article/373743-tabighi-faktorlarga-tauelsiz-aes-tinh-rol-aldynghy-qatargha-shyqty>
- Egemen Qazaqstan. (2024, September 20). Qazaqstanga AES auaday kazhet – Beket Kendgeghulov, [A nuclear power plant is vital for Kazakhstan, says Beket Kenzhegulov.]. Retrieved October 24, 2024 from <https://egemen.kz/article/372713-qazaqstangha-aes-auaday-qadget-%E2%80%93-beket-kendgeghulov>
- Egemen Qazaqstan. (2024, September 4). AES – ob’ektivti kazhetilik, [Nuclear power plant is an objective necessity]. Retrieved September 25, 2024 from <https://egemen.kz/article/371447-aes-%E2%80%93-obektivti-qadgetilik>
- Egemen Qazaqstan. (2024, October 2). AES – energetikalıq qauipsizdik, [Nuclear power plants – energy security]. Retrieved October 30, 2024 from <https://egemen.kz/article/373386-aes-%E2%80%93-energetikalıq-qauipsizdik>
- Egemen Qazaqstan. (2024, September 12). Qazaqstandagy AES salu: energetikalıq qauipsizdikke betburys nemese ekologiyalıq tauekel [Nuclear power plant construction in Kazakhstan: A shift

- towards energy security or an environmental risk]. Retrieved October 12, 2024 from <https://egemen.kz/article/372120-qazaqstandaghy-aes-salu-energetikalyq-qauipsizdikke-betburys-nemese-ekologiyalyq>
- Egemen Qazaqstan. (2024, October 3). Elge AES nege kerek? [Why does the country need a nuclear power plant?]. Retrieved 15 October, 2024 from <https://egemen.kz/article/373457-elge-aes-nege-kerek>
- Egemen Qazaqstan. (2024, September 30). AES – energetikalıq qauipsizdikti qamtamasyz etu zholy, [Nuclear power plants – a path to ensuring energy security]. Retrieved October 30, 2024 from <https://egemen.kz/article/373229-aes-energetikalyq-qauipsizdikti-qamtamasyz-etu-dgoly>
- Egemen Qazaqstan. (2024, October 4). Bolashaqtyn energiyasy: AES salu ırgeli ozgeristerdi talap etedi, [Energy of the future: Building a nuclear power plant requires fundamental changes]. Retrieved November 10, 2024 from <https://egemen.kz/article/373548-bolashaqtynh-energiyasy-aes-salu-ırgeli-ozgeristerdi-talap-etedi>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press. [https://www.academia.edu/9520207/Frame\\_Analysis\\_pp\\_1\\_40](https://www.academia.edu/9520207/Frame_Analysis_pp_1_40)
- Grigoryants, A. (2024, October 8). Almaty akimdigine zhaqyn zhane qarasty mekemenin zhazgan zhazbasy 90 mln tengege zharnamalandy. [The post written by an affiliated organization close to the Almaty akimat was promoted with a budget of 90 million tenge] Retrieved October 30, 2024 from <https://factcheck.kz/kaz/economics-kaz/almaty-jakjamdjagjane-jaarasty-mekeme-jazjan-jazja-zharnamalaujaa-90-mln-tejage-zhjamsajaan/>
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Addison-Wesley. [https://www.cia.gov/readingroom/docs/DOC\\_0000498617.pdf](https://www.cia.gov/readingroom/docs/DOC_0000498617.pdf)
- International Federation of Journalists. (2003). *Election reporting handbook*. Retrieved November 1, 2024 from <https://aceproject.org/main/samples/me/mex12.pdf>
- Kazpravda.kz. (2024, September 12). I storonniki, i protivniki stroitelstva AES podderzhivayut provedeniye referendum, [Both supporters and opponents of the construction of a nuclear power plant support the referendum as an important attribute of a democratic state]. Retrieved October 3, 2024 from <https://kazpravda.kz/n/i-storonniki-i-protivniki-stroitelstva-aes-podderzhivayut-provedenie-referenduma-kak-vazhnogo-atributa-demokraticeskogo-gosudarstva/>
- Kazpravda.kz. (2024, October 2). Mezhdunarodnye standarty v stroitelstve AES v Kazakhstane: garantiya bezopasnosti i nadezhnosti, [International standards in nuclear power plant construction in Kazakhstan: Guarantee of safety and reliability]. Retrieved November 15, 2024 from <https://kazpravda.kz/n/mezhdunarodnye-standarty-v-stroitelstve-aes-v-kazahstane-garantiya-bezopasnosti-i-nadezhnosti/>
- Kazpravda.kz. (2024, October 6). Bol'shoy shag v razvitii kazakhstanskoy elektoral'noy kultury – politolog o referendume po stroitel'stvu AES, [A big step in the development of Kazakhstan's electoral culture - political scientist on the referendum on NPP construction]. Retrieved November 5, 2025 from <https://kazpravda.kz/n/vazhno-preodolet-fobii-politolog-o-znachenii-referenduma-po-stroitelstvu-aes-dlya-kazahstanskogo-obshchestva/>
- Kazpravda.kz. (2024, October 4). Nikakoy opasnosti dlya ozera Balkhash ne sushchestvuyet: ekspert o stroitel'stve AES v Kazakhstane, [No danger to Lake Balkhash: Expert on nuclear power plant construction in Kazakhstan]. Retrieved November 7, 2024 from <https://kazpravda.kz/n/nikakoy-opasnosti-dlya-ozera-balhash-ne-sushchestvuet-ekspert-o-stroitelstve-aes-v-kazahstane/>
- Ministry of Energy of the Republic of Kazakhstan. (2024, October 2). *Over the years of independence, gas production in Kazakhstan has increased sevenfold*. Retrieved October 10, 2024 from <https://www.gov.kz/memleket/entities/energo/press/news/details/238813?lang=ru>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Orda.kz. (2023, September 21). Esli razobratsya s maynerami, atomnaya energiya strane ne

- ponadobitsya – mneniye obshchestvennika, [If we deal with miners, the country won't need nuclear energy – opinion of a public activist]. Retrieved October 30, 2024 from <https://orda.kz/esli-razobratsja-s-majnerami-atomnaja-jenergija-strane-ne-ponadobitsja-mnenie-obshchestvennika-376730/>
- Organization for Security and Co-operation in Europe. (2012). *Handbook on media monitoring for election observation missions*. Retrieved November 10, 2024 from <https://www.osce.org/odihr/92057>
- Qaisar, A., & Kemelbay, A. (2024, September 27). Atomnaya propaganda, [Atomic propaganda], *Vlast.kz*. Retrieved October 30, 2024 from <https://vlast.kz/politika/62075-atomnaa-propaganda.html>
- Smolin, A. (2023, September 2). Budushcheye strany reshut obshchenatsional'nyy referendum po AES: chto prognoziruyut i opasayutsya eksperty?, [The country's future will be decided by a national referendum on nuclear power plants: What experts predict and fear]. *Orda.kz*. Retrieved October 24, 2024 from <https://orda.kz/budushee-strany-reshut-obshchenatsionalnyj-referendum-po-aes-chto-prognoziruyut-i-opasayutsja-jeksperty-375779/>
- Szulc, M. (2022). Soft power and the media management of energy transition: Analysis of the media narrative about the construction of nuclear power plants in Poland, *Energy Reports*, 568-583. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2022.11.192>
- Volkov, A. (2024, September 27). Velikiy kitayskiy atom: pochemu v KNR razvivayut atomnuyu energetiku i stroyat AES, [The great Chinese atom: Why China is developing nuclear energy and building nuclear power plants]. *Orda.kz*. Retrieved October 27, 2024 from <https://orda.kz/velikij-kitajskij-atom-pochemu-v-ksnr-razvivayut-atomnuju-jenergetiku-i-stroyat-aes-392344/>
- Wang, Y., Li, N., & Li, J. (2014). Media coverage and government policy of nuclear power in the People's Republic of China. *Progress in Nuclear Energy*, 79, 102-108. <https://doi.org/10.1016/j.pnucene.2014.07.007> <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0149197014001887>
- Zhang, Y. (n.d.). Content analysis. University of Texas at Austin. [https://pages.ischool.utexas.edu/yanz/Content\\_analysis.pdf](https://pages.ischool.utexas.edu/yanz/Content_analysis.pdf)
- Zharilkassyn, P. (2024, September 20). Dosym Satpaev: Kedeylik, AES zhane oryndalghan uadeler, [Dosym Satpayev: Poverty, nuclear power plants, and unfulfilled promises]. *Orda.kz*. Retrieved October 20, 2024 from <https://kaz.orda.kz/dosym-satpaev-kedeylik-aes-zhane-oryndalghan-uadeler-127028/>

FTAMP: 19.45.91

## Қазақстан ақпарат құралдары атом электр станциясын салу бойынша референдум науқанын қалай көрсетті: салыстырмалы зерттеу

Дария Зулфухарқызы,  
Factcheck.kz, Алматы, Қазақстан  
email: [zuldori04@gmail.com](mailto:zuldori04@gmail.com),

Елнұр Алимова,  
SDU University, Қаскелең, Қазақстан  
email: [yelnur.alimova@sdu.edu.kz](mailto:yelnur.alimova@sdu.edu.kz)

### Аңдатпа

2024 жылдың қазан айында атом электр станциясын (АЭС) салу жөніндегі референдум нәтижесінде Қазақстан АЭС салынатынын мәлімдеді. Бұл шешімді президент Қасым-Жомарт Тоқаев

«елдің болашағы үшін жасалған таңдау» деп бағалады. Бірақ бұл мәселенің талқысы тек энергетика саясатымен шектелмейді, ол тақырыпты зерттеу бұқаралық ақпарат құралдары қоғам пікірін қалыптастыруға қалай талпынғанын, қандай фрейминдер таратқанын талдауға мүмкіндік береді. Осы зерттеу референдум алдындағы үгіт науқаны кезінде Қазақстан ақпарат құралдары АЭС салу мәселесін қалай көрсеткенін талдайды және қоғамдық дискурста басым болған фреймдерді анықтауды мақсат етеді. Мақала мемлекеттік және тәуелсіз басылымдардағы материалдарды салыстыра отырып, АЭС салуға қатысты биліктің позициясын қолдайтын немесе сынайтын нарративтердің қайсысы басым болғанын болғанын қарастырады. Сонымен қатар, бұл зерттеу ақпарат құралдары АЭС салу кампаниясы кезінде материалдарды қаншалықты халықаралық журналистік стандарттарға сай бере алғанын талдайды. Зерттеу нәтижесі ақпарат құралдарындағы бұл тақырыптың репрезентациялануын түсінуге мүмкіндік береді.

**Кілт сөздер:** Қазақстан, атом электр станциясы, БАҚ-тағы фрейминг, журналистік этика, референдум, күн тәртібін қалыптастыру

МРНТИ: 19.45.91

## Как СМИ Казахстана освещали кампанию по референдуму о строительстве атомной электростанции: сравнительное исследование

Зулфухарқызы Дария  
Factcheck.kz, Алматы, Казахстан  
email: [zuldori04@gmail.com](mailto:zuldori04@gmail.com),

Алимова Елнур  
SDU University, Каскелен, Казахстан  
email: [yelnur.alimova@sdu.edu.kz](mailto:yelnur.alimova@sdu.edu.kz)

### Аннотация

В октябре 2024 года, после оглашения результатов референдума о строительстве атомной электростанции (АЭС), Казахстан объявил о намерении построить АЭС. Президент Касым-Жомарт Токаев охарактеризовал данное решение как «выбор в пользу будущего страны». Обсуждение данного проекта выходит за рамки энергетической политики и отражает более широкие вопросы о формировании общественного мнения через средства массовой информации. В настоящем исследовании анализируется освещение вопроса строительства АЭС в казахстанских СМИ в период, предшествующий референдуму, с целью изучения способов конструирования реальности и выявления доминирующих фреймов в общественном дискурсе. Проводится сравнительный анализ материалов государственных и независимых изданий, чтобы определить, преобладали ли нарративы поддержки государственной политики или критические позиции. Также исследование оценивает, насколько освещение данного вопроса соответствовало международным журналистским стандартам, и рассматривает, как язык, структура материалов и отсутствие альтернативных точек зрения способствовали ограничению медиапространства. Полученные результаты дают понимание механизмов формирования национальных политических дискуссий и их последствий для плюрализма, журналистской этики и общественного обсуждения в Казахстане.

**Ключевые слова:** Казахстан, атомная электростанция, фрейминг в СМИ, журналистская этика, референдум, установка повестки дня

*Received: November 10, 2025*

*Accepted: December 11, 2025*

DOI: <https://doi.org/10.47344/sdubss.v57i.005>

IRSTI: 19.45.91

## Understanding the Dynamics Behind the Nuclear Referendum in Kazakhstan

Zhanel Sabirova

Georgetown University, Washington DC, USA

email: [zs359@georgetown.edu](mailto:zs359@georgetown.edu)

### Abstract

In examining the motivations behind non-constitutional referendums, Kazakhstan contributes to the debate with its nuclear referendum held in October 2024. The paper argues that the nuclear referendum in Kazakhstan reflects national factors echoed in country's nuclear memory, and internal political dynamics, including governmental control over public opinion and security concerns. Despite official claims of transparency, comparison with the 2022 referendum and media reporting raises doubts about the vote's credibility.

Therefore, the qualitative research method required analyzing media coverage of nuclear referendum news including headlines from state owned and independent media sources of Kazakhstan. Thematic and framed analysis was done through Taguette software to identify recurring themes and discrepancies between official narratives and public discourse. The result of the analysis demonstrated that the government owned media strongly propagating on the benefits of NPP on the economic, social, and environmental development of the country, independent media significantly focused on opposing state narratives and bringing counter arguments in the pre-referendum public debate. Overall, the 2024 referendum illustrates how the government uses controlled participation to legitimize nuclear policy while limiting genuine democratic processes. The qualitative media analysis of state controlled and independent news agencies of Kazakhstan were evaluated to assess transparency and motivations behind the referendum.

**Keywords:** nuclear referendum, media assessment, Kazakhstan, consolidated authoritarianism, NPP.

### Introduction

The concept of building a Nuclear Power Plant (NPP) in Kazakhstan has long been on the national agenda and took a more concrete turn after Republic of Kazakhstan's President Kassym-Jomart Tokayev mentioned this initiative in his state-of-the-nation address in 2021. However, the topic subsequently sparked a big debate with a division between the state sector that desires to see the implementation of the project and civil movements that oppose building the plant due to the environmental and corruption concerns. Consequently, President Tokayev announced a nationwide referendum to be held on October 6, 2024.

The nature of the 2024 referendum on nuclear power is distinct in view of unusual consideration by the government to negotiate the building with the population, when such a trend for "negotiations" was not seen before. Another thing that raises big interest is the level of transparency of the results. Noticing the significant level of polarization between government and the society on the topic of NPP the results of the referendum is a good ground for the analysis of changes in the electoral system and may also reveal new dynamics behind referendums in Kazakhstan. Therefore, the main goal of the work is to understand why referendums are called in Kazakhstan and what their level of transparency may showcase about motivation/reasons behind referendum organization. Therefore, the

research question of this paper is as follows: what does Kazakhstan's recent referendum on nuclear power plant reveal about relations between the state and society?

The central claim of this study is that Kazakhstan's nuclear referendum reflects both national (with the national nuclear memory) and internal (such as governmental control over public opinion and security<sup>1</sup> concerns) political dynamics. Despite the government's assertions of transparency, the comparison to the 2022 referendum and media coverage raises serious questions about the validity of the process. Understanding transparency, therefore, will open a way to theorize motivation behind nuclear referendum organization further.

The 2024 nuclear referendum shows how the government of Kazakhstan employs multiple restrictions and controlled participation to legitimize nuclear policies while limiting democratic processes. By analyzing the referendum's motivations, transparency, and media coverage, this study demonstrates that referendums, as implemented in Kazakhstan, appear to be strategically designed to serve elite preferences rather than foster meaningful public engagement.

A qualitative media analysis of both state-controlled and alternative news sources will be used to test the nuclear referendum's transparency by identifying discrepancies between official narratives and public discourse.

## Literature review: Theorizing politics of referendums

As for its definition by Suksi (1993), referendums are additional democratic institutions that assist main executives of a country. However, the author admits that there is no universal referendum terminology. And it is true that this peculiarity of referendum creates a good ground for research and comparative analyses. Ankar (2017) mentions the recommendation from Matt Qvortrup in his work that "there is no point in seeking a pattern where there is none". Here, however, we can raise the discussion on the common effect direct democracy brings to various states. Usually, referendums are considered a part of or a result of direct democracy. Therefore, it's clear that the mechanics behind this result is laid down on the basis of one of the main democratic values – peoples' votes. This direct participation of population traditionally is required to enhance legal changes, constitutional amendments, and legitimizing foundational laws (Suksi, 1993; Qvortrup, 2017, 2018). It is called constitutional referendums. Scholars note the prevalence of constitutional referendums in democratic countries (Altman, 2010; Qvortrup, 2017).

That creates two types of referendums – constitutional, or constitutionally regulated, and a policy vote or plebiscite (Suksi, 1993). The latter focuses on "other than constitutional" issues, which can be described as "politically sensitive issues of an *ad hoc* character". The latter, plebiscite, takes the stage when there is no permanent provision in the constitution and, thus, is organized when needed.

Ankar (2017) divides referendum types into constitutional and ethnic conflict referendums. While the former includes the same goal of legislative assessment, the latter dives into a broader understanding of the regime's influence on the referendum developments. Main finding of this work states that if the referendum aims to legitimize policies of homogenization, then the regime is most likely to be authoritarian by nature. They are defined as difference-eliminating type of referendum. Democratic regimes, on the contrary, seek to manage ethnic or national differences, which comprises difference-managing type of referendum. The other two types are secession and right-sizing referendums that deal with border issues. Here, the author claims that regime characteristics do not carry significant weight as an independent variable, since referendums happen both in democratic and

<sup>1</sup> By "security" the author means security concerns for the regime or maybe involved political actors.

non-democratic regimes. However, when distinctions are introduced in regard to the dependent variable, the regime then explains particular patterns: difference-eliminating referendums occur in authoritarian states, and difference-managing in democracies.

As a result, referendums are not exclusive for democratic regimes, but non-democratic states also organize them. Scholars generally agree, however, that referendums are used more frequently for constitutional issues than for non-constitutional matters, although variation in referendum types remains debated (Altman, 2010; Tierney, 2012; Suski, 1993; Qvortrup 2005). However, many works also underline no particular link of non-constitutional referendums dominating in non-democratic nations (LeDuc, 2003; Walker, 2003; Altman, 2010). Fragmentation, colonial heritage or geographical variance do not serve as a pattern for constitutional or policy vote referendum (Anckar, 2017). Although the evidence shows that two thirds of Asian and four fifth of Middle Eastern states avoid constitutional referendums, whereas more than two thirds African states are pro-referendum. However, noting that all regions are evidently weak in fair democratic spirit, here similarities cannot explain dissimilarities as these differences cannot be understood as a democracy consequence. The point that unites scholars' opinions relates to the "young" nature of referendums, which is just increasing in its usage by the states worldwide. Moreover, it is worth noting that this recent dynamic of increasing referendum occurrence seems substantial due to our traditional perception of voting through presidential-or-parliamentary elections.

Additionally, it is recognized by scholars that the conditions, reasons, and even outcomes of referendums differ according to geographical discrepancy, as each of the countries that resorted to referendums possesses different legislative rules and goals on referendums. Referendum is a supplementary formal institutional instrument that allows to expand the field of political debate and keep political actors stay within normative structure while striving for additional mobilization on behalf of their electorate (Mažylis & Jurgelionytė, 2012). *Ad hoc* referendums are usually not legally binding *de jure*, but its results are often interpreted as *de facto* by the state representative body (Setälä, 1997). Referendums are justified in terms of the popular sovereignty that requires public consultation on an important political issue. As such, some topics, such as territorial changes or transfers of national powers to supranational organizations, require legitimation by the popular majority and referendum even if the referendum would not be required in the constitution.

However, apart from consultation aims, referendums are also widely used for symbolic legitimation of government policies. Such manipulated referendums commonly take place in authoritarian states (Setälä, 1997; Collin 2019). Democratic states also may resort to such manipulations, but mostly on low-priority issues with few consequences. Nevertheless, the strategic reasons of referendums for political actors may be conceptualized as *policy outcome maximizing* and *power-maximizing motivations*. The latter seeks both - promoting policy for particular need or benefit and strengthening one's own position in the government. That said, the referendums held by authoritarian governments usually outcomes as almost unexceptionally supportive for the governmental policies. As stated by Smith (1976) a referendum may be considered as "a handy tool in the hands of dictators to boost their legitimacy". Therefore, the strategic reason for initiating an *ad hoc* referendum with power-maximizing motivation can be described as follows: governmental coalition/party is divided over a particular issue, and the referendum is used to avoid the split or the coalition/party or for the executive (state leader) to consolidate his or her power.

Nevertheless, Setälä (1997) mentions that it is quite difficult to distinguish between various motivations and intentions of promoting referendums. Small number of *ad hoc* referendums prevents making far-reaching generalizations towards motivations behind such referendums. Therefore, all situations should be considered when trying to understand why the referendum was held. It is

important not to underestimate the importance of the political culture, national experiences or international examples in explaining the demand for referendums.

### *Reasons behind nuclear referendums*

A nuclear referendum is a suitable case study for the analysis of the *ad hoc* or policy vote referendums, as its non-constitutional nature raises the question of the motivation of governments to resort for citizen consultation on this topic. There is no general theoretical framework that could explain the common reasons behind nuclear referendums, as given that among the relatively small number of referendums held worldwide nuclear referendums are of a rarer nature. Yet there is a common argument that the perceived danger of nuclear power plants and potential construction costs makes it a controversial issue, where governments may want to test public opinion through referendums. For instance, public opposition to NPPs arise from concerns about safety, waste management, and high financial risks. Examples like Chernobyl and Fukushima disasters deeply impacted public attitudes, with surveys showing fluctuating support for nuclear power based on framing (e.g., energy security or climate change mitigation) (Murakami & Anbumozhi, 2020).

Although Western countries comprise the majority of NPP owners and active users of referendums, their motivations of resorting to nuclear referendums are similar in general. Despite the “renaissance” of nuclear energy consideration since the 90s and mid-2000s with 50 NPPs under construction worldwide prior to 2010, there is also an opinion that the Fukushima incident made European public somehow damp the promotion of nuclear energy (Müller and Thurner, 2017). This argument is also nurtured by some member states of the EU to abandon it. Nevertheless, the “EU Energy Roadmap 2050” highlights that nuclear energy will continue to play a crucial role in the EU energy generation efforts as contributing to lower greenhouse gas options to fight climate change and lower electricity prices and production costs.

Rather scholars tend to test and/or explain voting behavior during nuclear referendums. We can perceive referendums and its voting behavior through a more common perception of elections. Marsh (2017) emphasizes the salience of looking at a conditionality while researching referendums and its voting behavior. As the topic of various referendums vary substantially from elections, campaign plays an important role in referendum arrangements, because society needs to possess at least basic knowledge of the given issue before making a decision. TV and Radio coverage, campaign advertisements, public debates, and even politically oriented social media content are especially pivotal in opinion formation and especially critical for referendums (Pignataro and Prarolo, 2020).

Examination of voting behavior in nuclear referendums shows that the main driving factor defining the Italian population’s vote for or against Nuclear Power Plant building in the 2011 referendum concerned healthcare issues. However, those residents, who lived closer to the existing power plant, were against the new construction, which shows their comprehension of the information about NPP as a determinant for their choice. Correspondingly, those who lived further away from the power plant voted in favor of the building (Pignataro and Prarolo, 2020). The Lithuanian nuclear referendum of 2008 shows that “normative” behavior of voters was formed by long experienced campaign practices of the previous referendums, which benefited the government’s desired referendum result (Mažylis and Jurgelionytė, 2012). The problem of the Ignalina Nuclear Power Station was reflected in the media portals that were used to analyse referendum’s campaign. One of the challenges during the research work became the manipulation of the campaign occurrence in these portals: other campaigns of a different nature, such as the issue of double citizenship, higher education reform, were dominating the portals as well as other mass media and general public. Media coverage of the 2013

Bulgarian referendum was believed to have been relatively balanced even while Bulgarians had negative evaluations of the independence of the Bulgarian media (Bagashka, 2014). However, in contrast to presidential, or other political elections, the lower pressure on the media is also explained by the little level of importance attached to the nuclear referendum. What is crucial to understand from these cases is the special place of pre/post referendum campaigns and media coverage. Therefore, the media gives crucial insights that help identify, or search for the possible hidden reasons behind nuclear referendum organization.

### *Kazakhstan's Nuclear History*

In 2009, the 64th Session of the United Nations General Assembly declared 29th of August as the International Day against Nuclear Tests. The resolution was initiated by the Republic of Kazakhstan and a number of sponsors and co-sponsors with reference to commemorating the closure of the Semipalatinsk Nuclear Test site on 29 August 1991. Overall, 456 nuclear tests were conducted at the Semipalatinsk site by the Soviet Union from 1949 until 1989. The Soviet government had paid little regard to the effect of testing on the local environment and the health of the local population. Soviet authorities hid radiation exposure impacts on the people for the whole period of testing activities and until its collapse. According to various estimates, over 1.5 million people in Kazakhstan were exposed to nuclear fallout over the years (Yan, 2019). All life near the testing sites were negatively affected (Brunn, 2010). Semey (former Semipalatinsk) city is 130 km away from the polygon. Other large cities near Semey are Pavlodar to the northwest, Karaganda to the southwest, and Novosibirsk to the north of Semey and together these 4 cities comprised over 2 million people during Soviet Union times.

As a result, public attitudes in Kazakhstan have often been shaped by negative perceptions of nuclear weapons and nuclear materials (Hodgson, 2025). One can state that collective or national memory is still fresh in the mind of the population.

Kassenova (2014) highlights that devastating results of Soviet nuclear testing created a home climate that made it easier to get rid of nuclear equipment and weapons. Furthermore, the nuclear industry was in financial ruin, military forces had not yet been established, and political resistance was minimal, so there were no powerful organizations that might be pro-nuclear. She also discusses the importance of referring to Kazakhstan's past to understand the country's present nuclear policy. Kazakhstan officially became a nuclear-free state in the 1990s after ratifying a Treaty on the Non-Proliferation of Nuclear Weapons (NPT) in 1992. Given Kazakhstan's ambitious aspirations for the development of nuclear energy, its obvious lack of interest in weaponization, grants it extra credibility in the nonproliferation arena. Additionally, in spite of Kazakh's antipathy toward anything related to nuclear today, there is still some aspects of Soviet legacy remaining relevant today. For instance, Kazakhstan benefits from the facilities and experience that were directly brought about by the Soviet era in its quest for a sophisticated nuclear sector.

### *On nuclear referendums in Kazakhstan*

Approximately 80% of global uranium is produced by five major countries, among which Kazakhstan possesses 39% of the requirements of world nuclear power (Nuryшева et al., 2020). Nuclear industry is one of the most promising resource sectors in terms of producing additional energy for domestic and external needs. Currently fossil fuels are a major source of electricity in Kazakhstan. Considering Kazakhstan's aspirations of reaching net-zero greenhouse gas emissions by 2060, nuclear power is regarded as one of the most efficient ways to implement this strategy. However, given the

population's nuclear memory regarding Soviet times, building a nuclear power plant raised concerns among citizens (Pannier, 2024).

Many previous studies have examined general attitudes about the use of referendums on a specific policy matter (Bowler and Donovan 2019; Gherghina 2019). Talking about Kazakhstan or Central Asia, Schiller (2017) in his work of presenting comparative analysis of local referendums highlights the lack of information for these countries because of the uncommonness of referendums and the authoritarian nature of the state regimes.

In general, the topic of referendums in Kazakhstan was not practically disclosed in deep analytical research by scholars, not speaking about non-constitutional (nuclear) referendums (Satbayev, 2018). Major policy outlets and general referendum theory texts discuss Kazakhstan's referendums primarily as case examples, especially focusing on legal norms and procedures rather than broader political science analysis (Charyyeva & Pan 2024, Zhanuzakova 2018). That showcases that the academic engagement on the discussion of political referendums in Kazakhstan is narrow.

Additionally, media space in Kazakhstan operates under significant state influence (Reporters Without Borders, 2025). This limits the space for independent journalism and critical reporting. Most outlets considered to function more as a propaganda outlets and independent sources facing some pressure. Reporters Without Borders also indicates the lack of public filtering of media message. Therefore, this suggests the domination of state narratives in political context. Beldibekova et al. (2024) study on protests reveal that government authorities restrict journalistic independence by revealing selective coverage and reliance on foreign sources for unfiltered information flows when local media avoid contentious topics. Thus, Kazakhstan's experience reflects broader patterns of digital authoritarianism (Rakhmetov, 2025).

Given such argumentation, Kazakhstan emerges as a necessary case to analyze and (hopefully) update the academic community on some additional insights on the theme of referendums and its usage. Understanding the transparency level of the referendum held and linking these results to identify involved political actors' motivation will significantly contribute to the studies of uncommon, or in our case nuclear referendums. Therefore, to understand the drivers behind Kazakhstan's nuclear referendum it is important to understand Kazakhstan's nuclear history and nuclear memory, which is discussed in the next section.

### *The background of 2024 nuclear referendum*

The timelapse of the nuclear power plant construction issues in Kazakhstan starts with President Tokayev's state-of-the-nation address in 2021. The question of energy scarcity and the need for NPP was officially brought for the nation. Afterwards, with the announcement by the Ministry of Energy of the Republic of Kazakhstan about public hearings on a NPP building site decision on 20th August 2022, the continuing debate between state and population was concluded in September 2023 with the announcement of the nuclear referendum to be held in the second half of 2024 (Akorda, 2023). The referendum was held on 6th of October 2024, where citizens of Kazakhstan had to answer yes/no on the question "Do you agree with the construction of a nuclear power plant in Kazakhstan?" With 73.11% in favor, it became clear that Kazakhstan will pass into the list of nuclear energy users. Registered voter turnout comprises 12,284,487 people or 63.66%, where 26.89% were against the construction. Out of 18 regions, Turkistan demonstrated the highest participation and the most positive result with 78% of voting in favor. Interestingly, the most populated and economically developed area of Kazakhstan – Almaty city – showed one of the worst participation statistics with only 25% eligible citizens attending the voting.

In Kazakhstan, the legal framework governing referendums is established by the Republican Referendum Law of 1995 and the country's Constitution. According to this framework, the power to propose a referendum lies primarily with the President of Kazakhstan, who can initiate the process directly. This mechanism is the most commonly used and reflects the highly centralized nature of political decision-making in the country. The Parliament of Kazakhstan plays a supportive role, often reviewing or approving referendum proposals initiated by the President, but it does not have the authority to propose referendums independently. Unlike in some countries, Kazakhstan does not allow for citizen-driven initiatives to propose referendums. This absence of grassroots mechanisms further underscores the top-down structure of the process.

For a referendum to be legally binding, it must meet specific procedural requirements: 1) a minimum threshold of 50% of registered votes participating must be met to validate a referendum and 2) a simple majority of voters voted "yes". Once a referendum passes all legal thresholds, its outcome is binding and must be implemented.

The nuclear referendum is the fourth ever vote held in the history of Kazakhstan and only second since the establishment of the new constitution in 1995. Although the 1995 referendum was based on a legislative issue, comparison of the nuclear referendum with the second 2022 Constitutional referendum gives more insights towards the referendum culture development in Kazakhstan. Both voting experienced not a large difference in turnout indicators, even though more people took part in the constitutional referendum with 68.05% registered voters in 2022 and 63.66% in 2024.

Eastern Kazakhstan region depicts interesting insights of its voting history in 2022 Constitutional and 2024 nuclear referendum history. First of all, Eastern Kazakhstan is exactly the region, where nuclear test sites were conducted for almost forty years. The turnout of the East Kazakhstan region in the 2022 referendum comprised 77% with 77.21% "yes" answers. In the 2024 nuclear referendum the turnout for the region comprised 71% with 60% in favor of the power plant.

### *The need for referendums and public debate*

It is worth taking a look at the nature of initiations of both referendums. The Constitutional referendum took place on 5 June 2022. At the time Kazakhstan had been through the 2022 January protests, which arose from a less contentious energy policy decision, but erupted into an armed conflict and threat of government overthrow. In the aftermath, Tokayev initiated a new reform program "Zhana Kazakhstan (New Kazakhstan)" and proposed amendments into the constitution following violent civil unrest caused by worsening economic conditions and subsequent calls for rapid political reform. Therefore, it can be clearly seen that the 2022 referendum resulted from a proposal of the president himself. However, the path to establish the nuclear referendum experienced civil backlash towards building power plants and contradicting opinions with the state's desires in favor of the plant. Regarding the aforementioned timespan discussion, with the announcement of building NPP the Ministry of Energy of the Republic of Kazakhstan announced public negotiations on plant's placement. This action was seen as required since criticism blew up from the population that was concerned about the environmental and economic costs of the construction (Nelson, 2024). Afterwards, multiple public hearings were organized by the government in various regions of Kazakhstan.

As for the transparency of pre-referendum debates, it cannot be claimed as entirely fair. To be clear, the main root of the debate lies in the polarization between state and public opinions towards NPP: state acts in a strong support of NPP, referring to energy problems and faster low-carbon transition; whereas population is still echoing its nuclear memory and scrutinizes effects on the

environment (Ospanova, 2024). Both referendums faced similar criticisms regarding transparency, media bias, and unequal participation opportunities of the observers, raising questions about the effectiveness of referendums as democratic tools in Kazakhstan (ODIHR, 2022; Azattyq, 2024). The legally centralized approach of referendum organization, as well as the absence of citizen-driven initiatives, raises questions about the inclusivity and transparency of the referendum mechanism in the country. However, unlike the 2022 referendum, the nuclear referendum was *de facto* arisen by population concerns. At least such narratives create an image that the government made a decision to bring a debatable issue for a broader public decision-making. Nevertheless, the population still had questions towards the fairness of the referendum results, which can be derived from the modest turnout indicator of the most populous and developed city such as Almaty. Despite the officially high turnout and a large number of votes in support of the construction, observers and public figures doubt the reality of such results. They point to both violations in the voting process and the dynamics of the decline in the electoral activity of citizens in previous years. The decline in interest in the referendum this time was facilitated by the disappointment of Kazakhs in the unfulfilled promises after January events (Vaal, 2024).

In this regard, testing the transparency level of media coverage of the nuclear referendum in Kazakhstan will give valuable and deeper insights on the motivation behind holding an *ad hoc* referendum in Kazakhstan. In the next sections, the study delves into understanding whether Kazakhstan's government initiates voting in pursuance of direct democracy or intends to use it as a sort of democratic window dressing to serve the elite preferences.

## Methodology

To understand the transparency levels of the 2024 nuclear referendum, considerable attention was given to local media sources. The distinction between state owned/controlled and independent media is made for analytical work. First, the official narrative from state-controlled sources was identified. Afterwards, this information was contrasted with the external reports or news headlines of independent media. Therefore, this study deploys *thematic analysis* to identify recurring themes and patterns in media content to analyze transparency levels.

Ten independent and ten state-controlled media coverages which are widely used among the Kazakhstani citizens were selected. Media coverages that were released throughout two particular periods were taken for a broader depiction and comprehension of referendum results. First period covers ten media sources (five state and five independent) covering referendum information one month before voting: from 6th September until 5th October in 2024. Second period included the rest ten news headlines from 6th October 2024 onwards, thus, one month after the voting. Hence, a total of twenty media news articles about the nuclear referendum were analyzed. As for the media channels, Caspiana: A Digital Toolbox for Students and Scholars of Central Asia and the South Caucasus website that is run by The Program on Central Asia at the Davis Center for Russian and Eurasian Studies, Harvard University was chosen. The toolbox provides links to selected media sources separately for each of the regions spreading east and west of the Caspian Sea, including Kazakhstan. Both independent and state-controlled media channels are incorporated in the toolbox. Finally, the independent media sources such as *Azattyq*, *Eurasianet*, *Forbes*, *Tengrinews*, *Vlast.kz*, *Novaya Gazeta Kazakhstan* and the government-controlled media like *BaigeNews*, *Egemen Kazakhstan*, *Kazakhstanskaya pravda*, *KazINFORM*, *BaqKZ* were analyzed.

To ensure media channels with as wide a readership as possible, most of the Russian-language

news were taken. Two state channels (*Egemen Qazaqstan* and *BAQ.KZ*) provide articles only in Kazakh language and EurasiaNet's referendum report was only in English language. The author sought to collect similar in style articles that would highlight how the nuclear referendum will be organized in Kazakhstan and provide background information, mentioning about the state of NPP question in the country. Initial plan also included analyzing international media agencies. However, due to the enormous workload with the state and independent media coverages international media are left for further research.

The data was processed through Taguette software, which is a free and open-source qualitative research tool. The software helps to organize, annotate, collaborate on, analyze, and visualize the work (Rampin et al, 2021). With the uploading of documents, researchers can qualitatively highlight sections of text. That allows to organize or reorganize highlights in the hierarchical tags, which can be modified, merged, recreated again, etc. Alongside thematic analysis it was also important to analyze how media outlets portray events, focusing on the narrative and tone through *framing analysis*. Overall, three readings of the article were required to be able to generalize tags. In the first reading the author made an initial or "draft" conclusion on the positioning of the article whether it is in favor, against, or neutral in building nuclear power plant. The first reading also helped the author to think and keep in mind basic tags that could be attached to certain paragraphs or the parts. On the second reading the author narrowed down the focus to each sentence and tagged them with specific codes: government control, voter education, fairness, media bias, etc. One article ended up with multiple of the codes after second reading. The third reading then was more for validating all of the given codes, making corrections, and ensuring the final version of the tags. Then the author proceeded to analyze all of the given tags and organize them into broader categories, like "procedural transparency" or "public engagement", etc. For instance, articles discussing voter suppression or lack of public consultation are grouped under "lack of transparency." After understanding such recurring themes, data was framed by examining how state-run media emphasized fairness and independent media questioned transparency.

## Results

Overall, 347 tags were made for both independent and state media sources in two periods. In the period before the referendum five independent media articles were coded with 116 tags, and government owned ones received 46 tags. News headlines released after the voting received 150 tags for independent and 39 for state-controlled media. The two media categories differ from each other substantially with independent media mostly covering voter violation rights and state media reciting government statements and focusing on preparedness for the upcoming referendum.

As for the tone of the media, it can be concluded that media coverage of independent sources has a way more negative sentiments towards the quality of the debate prior to the referendum. The pre-referendum campaign and public hearings were heavily criticized for unequal opportunities to express opinions between critics of NPP and state-friendly agitators. The most often used tags were "public criticism" occurring 14 times, "lack of transparency" 11 times, "state pressure" 11 times, and "lack of debate" and "media restrictions" nine times. Public criticism included lines discussing human or electoral rights violations and improper organization of public hearings in different regions. Many mentions were about the fact that during public debates on state organized public hearings opposition representatives always had troubles accessing microphones and voicing their concerns, while state backed experts were not giving objective counterarguments of NPP building, focusing only on its benefits. However, self-organized gatherings of negotiation events always were considered illegitimate and, thus, prohibited by law.

By comparison, state media had a highly positive tone towards building NPP and public debates. During the same public hearings state media was highlighting the high quality of the public debates. Even if some arguments with NPP construction or its effect on surrounding would pop up during discussions, they would always back up with explanatory arguments that this problem of detail is quite solvable. Therefore, “Quality public debate” tag received the largest mentioning of eight times among five pre-referendum articles and “NPP benefits” tag was labelled five times. NPP benefits cited the efficient energy development, uranium resources, and environmental security. However, environmental issues were also differently portrayed in state and independent media: when independent agencies always drew attention to the water management problems if NPP will be built in the village of *Ulken* on the shores of Balkhash Lake. On the other hand, state media did not mention the water management issues much and focused on the future prospects of the nuclear power plant bringing the increase of employment opportunities and economic development of the village and its citizens.

The post-referendum tone stays more or less the same for the independent media with “lack of transparency” occurring ten times and “voter violation” occurring 13 times. The latter took much more attention with the articles discussing cases when multiple-bulletin-throwing frauds on the day of the voting. However, state media changed a little in its narratives and switched into more general and short informing on referendum results and official acceptance of NPP construction.

In addition, the number of the tags refers to the lengths of the articles. As it can be seen, independent media provided much more information than state media. That is why the former received more tags labelled during the analysis. As such, independent media seemed to be more concerned in investigating, as well as informing the masses on not just pros and cons of NPP building. Rather, articles discussed what kind of injustices were happening before and after the referendum. That media narrative shows the connection between the referendum organization and regime definition for the population. Multiple restrictions that were occurring during the public campaigns were criticized and contradicted to the good features of direct democracy.

However, another noteworthy aspect is the content of the articles. As for the state media, both in pre- and post-referendum periods, some of the channels were delivering identical arguments. All of the five agencies often referred to state representatives’ words and speeches about NPP prospects in Kazakhstan. Hence, in the pre-voting period both *Egemen Qazaqstan* and *Kazinform* cited the words of the Chairman of Kazakhstani Parliament Erlan Koshanov that Kazakhstan held the longest public debate campaign of 400 days in its history on the issues of nuclear energy and NPP. That is apparently the aim of showing the level of democracy in Kazakhstan by state media. Nevertheless, all five government owned media channels had the same narrative of favoring state nuclear policies. However, independent media did not show the same correlation with each other, resulting in *Tengrinews* and *Forbes* being neutral towards the issue given and simply delivering the updates on the upcoming referendum. However, the remaining media sources tried to highlight the referendum issues with larger details and information, recreating almost reports for the population.

Overall, it can be summed that the nuclear referendum of 2024 cannot be called as a transparent event and the voting cannot be judged as fair. With the pre- and post-criticism towards public engagement and procedural transparency by independent media, state media still resorted considerable efforts to counter independent media’s narrative. That leads to the argument that the government clearly needed a “yes” answer for the referendum results. The next section will discuss the possible motivations of the government to resort to cheating while conducting referendums and its decision to undertake a direct democratic method in achieving that goal.

## Discussion

Other than assessment of transparency level, media serves as a great source for further understanding and questioning of the given topic. The official state narrative was openly in favor of nuclear power plant construction with the president Tokayev leading this initiative himself (Dalton, 2025; Akorda, 2021). Energy scarcity and environmental incentives were the major claimed reasons. Gaining public support was achieved through the nuclear referendum, with the majority answering “yes”. However, is this referendum inherently democratic in its nature? As it can be seen from media analysis of the previous section, referendum results were not absolutely corresponding to the theoretical assets and rules of conduct of direct democracy.

Referendum was used by the government in an effective way, as now it is concluded that “the population is in favor of the NPP”. The reason why it is thought a referendum would be helpful in getting society on the side of the government in the nuclear issue might be the difficulty in challenging the final decision of the vote. It might be the case, given that *de jure* referendum is a direct tool of democracy and population was in fact consulted for the decision-making. Therefore, *de facto* situation is more complex to be revealed truthfully and successfully.

Following Hodgson (2025), Kazakh government during Nazarbayev presidency successfully integrated the legacy of nuclear testing into new post-Soviet identity of Kazakhstan, while reinforcing state legitimacy through narratives of victimhood and resilience. By intertwining top-down state narratives with bottom-up collective memory, the regime successfully cultivated a historical discourse into international leadership for peace and disarmament. However, he noted further that foreign policy success faced internal tensions associated with “active forgetting” in Kazakhstan.

This political discourse evolves further with the Tokayev regime’s “New Kazakhstan and listening state” vision. Therefore, the new government of Kazakhstan finds holding nuclear referendums as an inevitable step in deciding the nuclear policy of the state. Together with the NPP construction plans announced by President Tokayev in 2021 the public hearing and negotiations were arranged even before the announcement of the referendum organization plans. Thus, the government might not have been able to imply the NPP construction policy directly, beware of a bigger combat from population in the future.

The nuclear history of Kazakhstan implies the argument by Setala (1997) on the usage of referendums as potentially educative devices to encourage people to discuss and deliberate about political issues. State controlled media appears to be certain in its attitude towards the NPP with “NPP benefits” gaining majority tags in during media analysis. However, independent media instead is still not certain. It endures the provision of all possible pros and cons and tries to engage the population as much as possible into more details of the problem aiming to create proper public debate and objective evaluation.

At the same time the narrative of the independent media has been focusing on the function of counterparty what can be considered a state propaganda and endured much “emotional tone”. On the other hand, the inability of citizens to be good in making sound political judgments is the most typical criticism against all types of referendums (Setala, 1997). Therefore, independent media focused on presenting deeper analysis of NPP effects to its readers. That is apparent through “public debate” tag dominating the narrative and, therefore, importance of providing democratic assessment.

Additionally, with the expansion of state activity, political issues in modern societies are too complicated and often too remote to be understood by laypeople. In this regard Kazakhstan may resort to referendum considering the possible biased opinion of Kazakhs towards NPPs given its nuclear history, and therefore, appear blind to its energy benefits. There might be two implications: state may

hope to re-educate the population about nuclear policies or state may know real cost-benefit sides of NPP that are unknown for broader population. Although that does not justify unfair conduct of the referendum, the government may consider this the worth dealing risk.

Another reason for legitimizing the policy decision through referendum might be the combination of the two strategic considerations posed by Setala (1997): (1) the issue threatens the electoral success of a party and the referendum is used to remove the issue from the electoral agenda; and (2) the referendum is used to consolidate the powers of the executive and to promote the policies favored by him or her. Although parties are not powerful independent players in Kazakhstan's government, the issue of removing nuclear issue from future electoral agenda, combined with President Tokayev's personal understandings of the future of Kazakhstan might make sense and serve as one of the perspectives in understanding resorting to referendum.

Dosym Satpayev, Kazakh political scientist, sees the reason for such behavior of the authorities is the fear of society, which remains high after the January events and is growing in connection with the approaching transition of power. As for him, now the elites are discussing whether President Tokayev will extend his term in office by changing the Constitution (apparently through referendum) or find a successor. The active lobby for construction shows that Tokayev wants to ensure security guarantees in the future through the NPP. Construction will take from five to ten years and will fall during the transition period and those who will build are interested in the stability of the regime. Some analysts argue that governmental behavior of referring to referendum reflects heightened sensitivity to public reaction following the January events, as well as uncertainty surrounding an upcoming political transition (Satbayev, 2024). In this context, the active promotion of large-scale infrastructure projects, such as nuclear power plant construction, can be interpreted as an effort to secure long-term political and economic stability.

Against the background of the transition, an increase in the repressive tendency that manifested itself during the referendum is expected. The January events, according to Satpayev, showed how social conflict can overlap with intra-elite conflict. Therefore, the authorities will do everything in their power to combat those expressing discontent in society, since they see them as a source of instability (Vaal, 2024). As a result, the 2024 nuclear referendum appears to be deployed as democratic window dressing to serve the elite preferences.

## Conclusion

Today the nuclear agenda of Kazakhstan is concerned with the planning and negotiations of building a nuclear power plant with the prospective stakeholders. In the 2024, the nuclear referendum in Kazakhstan showed its "agreement" to enlarge the list of nuclear reactor's owners. As such, there are many points that make Kazakhstan's nuclear referendum an interesting case to examine, from the uncertainties over referendum theories in academia towards understanding the motivations of the nuclear one in Kazakhstan.

Given that constitutional referendums are a more frequent occurrence than any other type of referendum, nuclear referendums present even more questions and interests towards them. Therefore, all cases should be considered separately when trying to understand why the referendum was held. The 2024 nuclear referendum demonstrates how the government of Kazakhstan employs multiple restrictions and controlled participation to legitimize nuclear policies while limiting pure democratic processes. By analyzing the referendum's motivations, transparency, and media coverage, this study reveals that referendums, as implemented in Kazakhstan, are seem to be strategically designed to serve elite preferences rather than foster meaningful public engagement.

Therefore, the qualitative research method required analyzing media coverage of nuclear referendum news including headlines from state owned and independent media sources of Kazakhstan. Thematic and framed analysis was done through Taguette software that was needed to identify recurring themes and discrepancies between official narratives and public discourse.

From the analysis, it can be concluded that the 2024 nuclear referendum lacked the transparency to ensure fair voting on the given issue. The result of the analysis demonstrated that the government owned media strongly propagating on the benefits of NPP on the economic, social, and environmental development of the country, independent media significantly focused on opposing state narratives and bringing counter arguments in the pre-referendum public debate. However, after the referendum day, independent media reported on various voter rights violations and cases of fraud. At the time, state media switched into a more neutral tone mostly reporting on the results of the voting.

There might be several reasons behind the government's decision to hold the referendum and ensure a "yes" outcome. From one perspective, with regard to the nuclear history of Kazakhstan, the government could treat referendums as potentially educative devices to encourage people to discuss and learn from experts about nuclear issues. From the other side, referendums might be a tool to consolidate the powers of the executive and to promote the policies favored by him/her or a group of elites. Thus, the authorities could imply voting to ensure and stabilize nuclear policy and security concerns for a longer time period.

## References

- Akorda. (2023). President Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address "Economic course of a Just Kazakhstan". Retrieved November 4, 2025 from <https://www.akorda.kz/en/president-kassym-jomart-tokayevs-state-of-the-nation-address-economic-course-of-a-just-kazakhstan-283243>
- Akorda. (2021). The Head of State held a meeting on the development of the electric power industry. Retrieved October 28, 2025 from <https://akorda.kz/en/the-head-of-state-held-a-meeting-on-the-development-of-the-electric-power-industry-2641630>
- Altman, D. (2010). *Direct democracy worldwide*. Cambridge University Press.
- Anckar, D. (2017). *Why referendums?: On appearances and absences*. *The Routledge Handbook to Referendums and Direct Democracy*. Routledge.
- Bagashka, T. (2014). The Bulgarian "Nuclear Referendum" of 2013 and the independence of the Bulgarian media. *East European Politics*, 30(4), 568-587. <https://doi.org/10.1080/21599165.2014.960520>
- Bowler, S., & Donovan, T. (2019). Perceptions of referendums and democracy: The referendum disappointment gap. *Politics and Governance*, 7(2), 227-241. <https://doi.org/10.17645/pag.v7i2.1874>
- Brunn, S. D. (2010). Fifty Years of Soviet Nuclear Testing in Semipalatinsk, Kazakstan: Juxtaposed Worlds of Blasts and Silences, Security and Risks, Denials and Memory. *Engineering Earth*, 1789-1818. [https://doi.org/10.1007/978-90-481-9920-4\\_101](https://doi.org/10.1007/978-90-481-9920-4_101)
- Charyyeva, J., & Pan, Y. (2024). Kazakhstan's Nuclear Future Depends on More Than a Referendum. *Carnegie Endowment for International Peace*. Retrieved October 23, 2025 from <https://carnegieendowment.org/russia-eurasia/politika/2024/10/kazakhstan-nuclear-referendum?lang=en>

- Collin, K. (2019). Populist and authoritarian referendums: The role of direct democracy in democratic deconsolidation. Brookings policy brief, Democracy and Disorder. Retrieved November 23, 2025 from [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2019/02/FP\\_20190226\\_direct\\_democracy\\_collin.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2019/02/FP_20190226_direct_democracy_collin.pdf)
- Dalton, D. (2025). Kazakhstan Will Need More Nuclear Plants, President Says In State Of Nation Address. *Nucnet*. Retrieved on November 20, 2025 from: <https://www.nucnet.org/news/kazakhstan-will-need-more-nuclear-plants-president-says-in-state-of-nation-address-9-2-2025>
- Gherghina, S. (2019). How political parties use referendums: An analytical framework. *East European Politics and Societies*, 33(3), 677-690. <https://doi.org/10.1177/0888325418803164>
- Hodgson, T. (2025). Banishing the ‘Monster’: The Traumatic Memory of Nuclear Testing in Kazakhstan’s Post-soviet National Identity. *The Webster Review of International History*, 5(1). <https://websterreview.lse.ac.uk/articles/104/files/686fe1299ae37.pdf>
- Kassenova, T. (2014). Kazakhstan and the global nuclear order. *Central Asian Affairs*, 1(2), 273-286. <https://doi.org/10.1163/22142290-00102006>
- LeDuc, L. (2003). *The politics of direct democracy: Referendums in global perspective*. University of Toronto Press.
- Marsh, M. (2017). *Voting behavior in referendums. The Routledge Handbook of Elections, Voting Behavior and Public Opinion*. Routledge.
- Mažylis, L., & Jurgelionytė, A. (2012). The Lithuanian Referendum on extending the working of the Ignalina Nuclear Power Station: the rationality of actors within (un-) changing structures. *Baltic Journal of Law & Politics*, 5(1), 117-136. <https://doi.org/10.2478/v10076-012-0006-y>
- Murakami, T. & Anbumozhi, V. (2020), *Public Perception and Acceptance of Nuclear Power: Stakeholder Issues and Community Solutions*. ERIA Research Project Report, No.08. Retrieved October 26, 2025 from <https://www.eria.org/uploads/media/Research-Project-Report/RPR-2020-08-Public-Perception-and-Acceptance-of-Nuclear-Power/Public-Perception-Acceptance-Nuclear-Power-Stakeholder-Issues-Community-Solutions.pdf>
- Müller, W. C., & Thurner, P. W. (2017). *The politics of nuclear energy in Western Europe*. Oxford University Press.
- Nelson., H. (2024). Kazakhstan’s New Nuclear Problem: Lake Balkhash. Caspian Policy Center. Retrieved October 28, 2025 from <https://caspianpolicy.org/research/regional-central-asia/kazakhstans-new-nuclear-problem-lake-balkhash>
- Nuryшева, G., Amrebayeva, Z., & Amrebayev, A. (2020). The Kazakh Ethical Tradition and Anti-nuclear Ethics. *Energy Justice Across Borders*, 71.
- OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights (ODIHR). (2022). Republic of Kazakhstan Referendum, 5 June 2022. ODIHR Referendum Assessment Mission Final Report. Retrieved November 4, 2025 from <https://odihr.osce.org/odihr/elections/kazakhstan/528444>
- Ospanova., A., Men, V., & Jalilov, A. (2024). A nuclear power plant in Kazakhstan: pros and cons. Retrieved November 8, 2025 from <https://factcheck.kz/en/analytics/a-nuclear-power-plant-in-kazakhstan-pros-and-cons/>
- Pannier. B. (2023). Central Asia in Focus: Kazakhstan’s Referendum on Nuclear Power. Caspian Policy Center. Retrieved October 29, 2025 from <https://www.caspianpolicy.com/research/category/central-asia-in-focus-kazakhstans-referendum-on-nuclear-power>
- Pearce. F. (2017). Exposed: Soviet cover-up of nuclear fallout worse than Chernobyl. *New Scientist*. Retrieved November 5, 2025 from <https://www.newscientist.com/article/2125202-exposed->

[soviet-cover-up-of-nuclear-fallout-worse-than-chernobyl/](#)

- Pignataro, G., & Prarolo, G. (2020). Learning, proximity and voting: theory and empirical evidence from nuclear referenda. *Social Choice and Welfare*, 55, 117-147. <https://doi.org/10.1007/s00355-019-01233-2>
- Qvortrup, M. (2005). *A comparative study of referendums: Government by the people*. Manchester University Press.
- Rakhmetov, B. (2025). Internet Censorship in Authoritarian Contexts: A Case Study of Kazakhstan. *Journal of Eurasian Studies*, <https://doi.org/10.1177/18793665251411329>
- Rampin et al., (2021). Taguette: open-source qualitative data analysis. *Journal of Open Source Software*, 6(68), 3522, <https://doi.org/10.21105/joss.03522>
- Reporters Without Borders. (2025). Country Review: Kazakhstan, 2025. Retrieved from: <https://rsf.org/en/country/kazakhstan>
- Satpayev, D. (2018). Institute of Referendum in the Republic of Kazakhstan. *Turkish Online Journal of Design, Art & Communication*, 8. [http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME8-SPTMSPCL\\_files/tojdac\\_v080SSE300.pdf](http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME8-SPTMSPCL_files/tojdac_v080SSE300.pdf)
- Schiller, T. (2017). *Local referendums: A comparative assessment of forms and practice*. The Routledge handbook to referendums and direct democracy. Routledge.
- Setälä, M. T. (1997). Theories of referendum and the analysis of agenda-setting. London School of Economics and Political Science. Retrieved October 10, 2025 from <https://etheses.lse.ac.uk/1485/1/U109490.pdf>
- Smith, G. (1976). The functional properties of the referendum. *European journal of political research*, 4(1), 1-23. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.1976.tb00787.x>
- Suksi, M. (1993). *Bringing in the people: A comparison of constitutional forms and practices of the referendum*. Martinus Nijhoff Publishers.
- Tierney, S. (2012). *Constitutional referendums: The theory and practice of republican deliberation*. Oxford University Press.
- Vaal., T. (2024). Referendum po AES ne imeyet nichego obshego s pryamoy demokratiyey. [The referendum on the nuclear power plant has nothing to do with direct democracy]. Retrieved from November 14, 2025 from <https://vlast.kz/politika/62184-referendum-po-aes-ne-imeet-nichego-obsego-s-pramoj-demokratiej.html>
- Walker, M. (2003). *The strategic use of referendums: Power, legitimacy, and democracy*. Springer.
- Yan, W. (2019). The nuclear sins of the Soviet Union live on in Kazakhstan. *Nature* 568 (7750), 22-4. <https://www.nature.com/articles/d41586-019-01034-8>
- Zhanuzakova, L. (2018). K voprosu o sovershenstvovanii zakonodatel'stva o referendumume [On the Question of Improving the Legislation on Referendum]. Scientific and legal journal «Bulletin of the Institute of Legislation and Legal Information of the Republic of Kazakhstan», 1(50). <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sovershenstvovanii-zakonodatelstva-o-referendume/viewer>

FTAMP: 19.45.91

## Қазақстандағы ядролық референдум динамикасын түсіну

Жанель Сабирова

Джорджтаун университеті, Вашингтон қаласы, Колумбия округі, АҚШ

email: [zs359@georgetown.edu](mailto:zs359@georgetown.edu)

### Аңдатпа

Конституциялық емес референдумдардың артындағы уәждерді түсіну тұрғысынан алғанда, Қазақстанда 2024 жылы қазанда өткен ядролық референдум осы тақырыпқа қатысты ғылыми пікірталасқа өз үлесін қосады. Бұл мақалада Қазақстандағы ядролық референдум елдің ядролық жадысымен үндес ұлттық факторларды және ішкі саяси динамиканы, соның ішінде үкіметтің қоғамдық пікірді бақылауы мен қауіпсіздікке қатысты алаңдаушылықтарды көрсетеді деп тұжырымдалады. Ашықтық туралы ресми мәлімдемелерге қарамастан, 2022 жылғы референдуммен салыстыру және бұқаралық ақпарат құралдарының жарияланымдары дауыс берудің сенімділігіне күмән тудырады.

Осыған орай, сапалық зерттеу әдісі Қазақстандағы ядролық референдумға қатысты жаңалықтардың, соның ішінде мемлекеттік және тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарындағы тақырыптардың медиа-контентін талдауды қамтыды. Жиі кездесетін тақырыптар, ресми нарративтер мен қоғамдық дискурс арасындағы алшақтықтарды анықтау үшін Taguette бағдарламасы арқылы тақырыптық және фреймдік талдау жүргізілді. Талдау нәтижелері мемлекеттік бұқаралық ақпарат құралдарының атом электр станциясының (АЭС) елдің экономикалық, әлеуметтік және экологиялық дамуына тигізетін пайдасын белсенді түрде насихаттағанын, ал тәуелсіз медиа референдум алдындағы қоғамдық пікірталаста мемлекеттік нарративтерге қарсы уәждерге басымдық бергенін көрсетті. Жалпы алғанда, 2024 жылғы референдум үкіметтің ядролық саясатты заңдастыру үшін қоғамдық қатысуды қалай пайдаланатынын және шынайы демократиялық үдерістерді шектейтінін айқындайды. Мемлекеттік бақылаудағы және тәуелсіз ақпарат агенттіктерінің сапалық медиа-талдауы референдумның ашықтығы мен оның артындағы уәждерді бағалау үшін қолданылды.

**Кілт сөздер:** ядролық референдум, медиа талдау, Қазақстан, шоғырланған авторитаризм, АЭС.

МРНТИ: 19.45.91

## Понимание динамики ядерного референдума в Казахстане

Сабирова Жанель

Джорджтаунский университет, Вашингтон, округ Колумбия, США

email: [zs359@georgetown.edu](mailto:zs359@georgetown.edu)

### Аннотация

В контексте изучения мотивов проведения неконституционных референдумов Казахстан вносит вклад в данную дискуссию своим последним ядерным референдумом, состоявшимся в октябре 2024 года. В статье утверждается, что ядерный референдум в Казахстане отражает национальные факторы, укоренённые в ядерной памяти страны, а также внутреннюю политическую динамику, включая государственный контроль над общественным мнением и соображения безопасности. Несмотря на официальные заявления о прозрачности, сравнение с референдумом 2022 года и анализ медиапубликаций ставят под сомнение достоверность голосования.

В связи с этим в рамках качественного исследовательского подхода был проведён анализ медиапокрытия новостей о ядерном референдуме, включая заголовки государственных и независимых средств массовой информации Казахстана. Тематический и фрейминговый анализ с использованием

программного обеспечения Taguette позволил выявить повторяющиеся темы и расхождения между официальными нарративами и общественным дискурсом. Результаты анализа показали, что государственные СМИ активно продвигали аргументы о пользе атомной электростанции (АЭС) для экономического, социального и экологического развития страны, тогда как независимые медиа в значительной степени сосредоточивались на критике официальной позиции и представлении контраргументов в ходе преферендумных общественных дебатов. В целом референдум 2024 года демонстрирует, каким образом государство использует контролируемое участие для легитимации ядерной политики, одновременно ограничивая подлинные демократические процессы. Качественный анализ материалов государственных и независимых информационных агентств Казахстана был использован для оценки прозрачности и мотивов проведения референдума.

**Ключевые слова:** ядерный референдум, медиаанализ, Казахстан, консолидированный авторитаризм, АЭС.

*Received: December 1, 2025*  
*Accepted: December 29, 2025*

DOI: <https://doi.org/10.47344/sdubss.v57i.004>

FTAMP: 19.21.07

## Қаңтар оқиғасы туралы мемлекеттік және тәуелсіз медиадағы фреймдерді салыстырмалы талдау

Бағдат Сұлтанқызы  
SDU University, Қаскелең, Қазақстан  
email: [241308002@sdu.edu.kz](mailto:241308002@sdu.edu.kz)

### Андатпа

Мақала Қазақстандағы Қаңтар оқиғасына арналған төрт негізгі басылым – Леонид Млечиннің «Қаңтар трагедиясы. Президент Тоқаев және сабақ алу» («Трагический январь. Президент Токаев и извлечение уроков»), Бигелді Ғабдуллиннің «Қаңтар-22: Сәтсіз мемлекеттік төңкеріс және ұлттың оянуы» («Қаңтар-22: неудавшийся госпереворот и пробуждение нации»), Бақытжан Төреғожина мен Евгений Жовтистің «Ескертусіз қасақана оқ ату...» атты баяндамасы және Азаттық радиосының «Қанды Қаңтар құрбандары» кітабындағы фреймдік және нарративтік айырмашылықтарды салыстырмалы тұрғыда талдауға арналған. Зерттеудің мақсаты – мемлекеттік және тәуелсіз дереккөздер Қаңтар оқиғасын қандай талдамалық шеңберлер арқылы сипаттайтынын, қандай акторларды орталыққа шығаратынын және оқиғаның мағыналық өзегін қалай құрастыратынын анықтау.

Зерттеу әдістемесі ретінде контент-талдау, фрейм-талдау және фреймдердің қатар орын алуын (co-occurrence) анықтайтын сапалық дискурс талдауы қолданылды. Барлық төрт мәтіннен 1000-нан аса код тіркеліп, қауіп, мемлекет, репрессия, құқық, жәбірленуші, төңкеріс, терроризм сияқты негізгі тақырыптық өрістердің таралу жиілігі мен құрылымдық байланыстары картаға түсірілді. Мемлекеттік сипаттағы кітаптарда «қауіп», «мемлекеттік төңкеріс», «терроризм», «мемлекеттілік», «Президент Тоқаев» фреймдері доминантты болып, оқиға «мемлекетті күйретуге бағытталған ұйымдасқан шабуыл» ретінде түсіндірілетінін көрсетті. Тәуелсіз екі дереккөзде, керісінше, «жәбірленуші», «құқық бұзушылық», «азаптау».

Алынған нәтижелер, «ескертусіз оқ ату», «бейбіт наразылық» фреймдері басым түсіп, Қаңтар «азаматтарға қарсы шамадан тыс күш қолданылған құқықтық-гуманитарлық дағдарыс» ретінде сипатталады. Фреймдердің қатар орын алуының талдауы екі лагерьдің оқиғаны екі бөлек себеп-салдар арқылы, сондай-ақ мемлекет-азамат қатынасын түбегейлі әртүрлі тұжырымдайтынын көрсетті. Зерттеу нәтижелері Қаңтар оқиғасы төңірегіндегі медианарративтер Қазақстандағы легитимділік дағдарысы, ақпараттық басқару, символикалық билік және қоғамдық сенім мәселелерімен тығыз байланысты. Фреймдік құрылымдар мемлекет пен қоғам арасындағы интерпретациялық жарыстың, ал Қаңтар туралы тарихи жадтың қалыптасуындағы идеологиялық қатығыстың маңызды көрсеткіші ретінде көрінеді.

**Кілт сөздер:** Қаңтар оқиғасы, фрейминг, күн тәртібін белгілеу, медианарратив, мемлекеттік және тәуелсіз медиа, құқық қорғау

### Кіріспе

Қазіргі медиа кеңістігінде саяси дағдарыстар мен қоғамдық толқуларға арналған нарративтер ақпараттық билік үшін күрестің негізгі алаңына айналып отыр. Мемлекет, медиа және қоғам арасындағы қатынастардың сипаты дағдарыс кезеңдерінде айқын көрініс табады, себебі кез келген шиеленіс оқиғаның мәнін түсіндіру осылайша Қаңтар оқиғасын әртүрлі мағыналық жүйе арқылы түсіндіретін бәсекелес интерпретациялық рамкалардың дискурстық

қақтығысын тереңдетеді. Қазақстандағы Қаңтар оқиғасы да дәл осындай ақпараттық-саяси күрестің ортасына айналды. Бір жағынан, мемлекеттік дискурс оқиғаны «мемлекетті күйретуге бағытталған ұйымдасқан шабуыл», «мемлекеттік төңкеріс», «террористік қауіп» және мемлекеттілікті қорғау әрекеті ретінде түсіндіреді. Екінші жағынан, тәуелсіз дереккөздер бұл оқиғаны «ескертусіз күш қолдану», «бейбіт наразылыққа оқ ату», «жәбірленушілер мен құқық бұзушылық» контекстінде сипаттап, Қаңтарды құқықтық-гуманитарлық дағдарыс ретінде қарастырады.

Осы екі ақпараттық режим арасындағы интерпретациялық жарыс Қаңтар туралы тарихи жадтың қалай қалыптасатынын, билік пен қоғам арасындағы сенім деңгейін және саяси жауапкершіліктің қай тарапқа жүктелетінін айқындайтын шешуші факторлардың біріне айналды. Бұл жағдай Қазақстандағы медиажүйенің құрылымдық асимметриясын, ақпараттық басқарудың авторитарлық тетіктерін және фреймдердің идеологиялық құрал ретінде қолданылуын терең зерттеуді қажет етеді.

Зерттеу мақалада Қаңтар оқиғасына арналған төрт негізгі басылым – Леонид Млечиннің «Қаңтар трагедиясы. Президент Тоқаев және сабақ алу» («Трагический январь. Президент Токаев и извлечение уроков»), Бигелді Ғабдуллиннің «Қаңтар-22: Сәтсіз мемлекеттік төңкеріс және ұлттың оянуы» («Қаңтар–22: Неудавшийся госпереворот и пробуждение нации»), Бақытжан Төреғожина мен Евгений Жовтистің «Ескертусіз қасақана оқ ату...» баяндамасы және Азаттық радиосының «Қанды Қаңтар құрбандары» кітабы салыстырмалы фреймдік талдаудан өткізіледі. Аталған құжаттар Қазақстандағы ресми және тәуелсіз дискурстардың Қаңтарды түсіндіруде қандай концептуалдық логикаларға сүйенетінін, қандай акторларды орталыққа қоятынын және оқиғаны қандай мағыналық құрылымдармен құрастыратынын айқын көрсетеді.

Зерттеу әдістемесі контент-талдауды, фрейм-талдауды және фреймдердің қатар орын алу үлгілерін анықтауға бағытталған дискурстық талдауды біріктіреді. Машиналық кодтау негізінде 1000-нан аса код талданып, мемлекеттік мәтіндерде «қауіп», «терроризм», «мемлекеттік төңкеріс», «Президент Тоқаев», «мемлекеттілік» фреймдерінің жүйелі түрде басым екені, ал тәуелсіз дереккөздерде «жәбірленуші», «құқық бұзушылық», «азаптау», «ескертусіз оқ ату» және «бейбіт наразылық» фреймдерінің доминантты рөл атқаратынын анықталды.

Фреймдердің бір-бірімен қатар жүру үлгілері екі лагерьдің Қаңтар оқиғасын мүлде бөлек себеп-салдар арқылы құратынын дәлелдеді: мемлекеттік дискурс «қауіп – хаос – күш қолдану – мемлекетті сақтау» моделін ұсынса, тәуелсіз дискурс «әлеуметтік теңсіздік – бейбіт наразылық – репрессия – адам шығыны – әділетсіз тергеу» логикасына сүйенеді.

Осы ғылыми-әдістемелік тізбекке сүйене отырып, мақала екі негізгі зерттеу сұрағына жауап беруге бағытталды.

1. Мемлекеттік және тәуелсіз басылымдар Қаңтар оқиғасын қандай фреймдер арқылы интерпретациялайды және бұл фреймдер оқиғаның себептері мен жауапкершілікті кімге жүктейтінін қалайша құрылымдайды?
2. Фреймдердің қатар көріну үлгілері мемлекеттік және тәуелсіз мәтіндерде Қаңтар оқиғасы контекстінде мемлекет пен азаматтың рөлін қандай бәсекелі мағыналар арқылы қалыптастырады?

Зерттеу нәтижелері Қаңтар оқиғасы төңірегіндегі медианарративтердің Қазақстандағы ақпараттық саясат, легитимділік дағдарысы және символикалық билік үшін күрестің маңызды көрсеткіші екенін айқын көрсетті. Мемлекеттік және тәуелсіз фреймдердің қарама-қарсы бағытта құрылуы Қаңтар оқиғасының қоғамдық қабылдауында екі түрлі ақпараттық шындықтың қатар өмір сүріп отырғанын дәлелдейді.

## Әдебиетке шолу

Қаңтар оқиғасына арналған алғашқы ірі халықаралық академиялық зерттеулердің бірі – Құдайбергенова мен Ларюэльдің (2022) еңбегі. Авторлар Қаңтарды тек «экономикалық наразылық» немесе «баға дағдарысының салдары» ретінде түсіндіру шынайы себептерді жалаңдататынын атап өтеді. Олардың пайымдауынша, сұйытылған мұнай газының бағасы бағасының күрт өсуі – қоғамда ұзақ жылдар бойы жинақталған әлеуметтік «реніштің», саяси өкілдіктің жүйелі түрде шектелуінің, сондай-ақ жергілікті және ұлттық деңгейдегі әлеуметтік-экономикалық теңсіздіктің айқын көрініс беруіне жол ашқан қозғаушы фактор ғана.

Осы аналитикалық тұрғыдан қарағанда, Қаңтар оқиғасы әлеуметтік-экономикалық факторлардың қарапайым реакциясы емес, билік режимі мен қоғам арасындағы бейресми «әлеуметтік келісімнің» (social contract) терең дағдарысқа ұшырағанын көрсетеді. Басқаша айтқанда, азаматтар экономикалық әл-ауқат пен әлеуметтік тұрақтылықтың «алмасуына» негізделген посткеңестік үнсіз келісім енді жұмыс істемейтінін көрсетті. Интерпретация Қаңтарды құрылымдық және көпқырлы саяси-әлеуметтік құбылыс ретінде түсіндіруге мүмкіндік береді.

Тибо және Тастайбек (2023) Қаңтар оқиғасын Қазақстандағы қауіпсіздік секторындағы ішкі институционалдық дисфункциялар тұрғысынан талдайды. Авторлар күштік аппараттың жоғары дәрежеде фрагменттелгенін, ведомстволар арасындағы үйлесімсіз бәсекелестіктің ұзақ жылдар бойы жинақталғанын және дағдарыс жағдайында біртұтас командалық орталықтың тиімді жұмыс істей алмағанын атап өтеді. Осы құрылымдық әлсіздіктер Қаңтар оқиғасы кезінде қабылданған шешімдердің үзік-созық, бірізділігі жоқ, кейде өзара қайшы болуына әкелген. Нәтижесінде күш қолдану тактикасын да, ақпараттық коммуникацияны да сипаттайтын ретсіз үлгі айқын көрінді.

Зерттеу сондай-ақ «ескертусіз оқ ату», адамдардың жоғалып кетуі, ұсталғандармен қатыгездік көрсету сияқты ауыр фактілерді институционалдық бақылаудың әлсіздігі, есеп берушіліктің жеткіліксіздігі және күштік құрылымдардың ішкі жауапкершілік тетіктерінің бұзылуы арқылы түсіндіреді.

Мұндай сараптамалық тұжырымдар Қаңтар туралы тәуелсіз басылымдарда жиі кездесетін «азаптау», «кұқық бұзушылық», «қасақана оқ ату», «жәбірленушілер» сияқты кілт сөздердің фреймдік салмағын күшейтеді. Себебі ұғымдар жеке кейстер деңгейінде дәл осы институционалдық дағдарыстың адам тағдырына тікелей әсер еткен нақты себеп-салдарын ашып көрсетеді. Тиісінше, тәуелсіз кітаптардағы фреймдер құрылымдық олқылықтар мен күштік аппараттың жауапкершілік дағдарысын эмпирикалық деректер арқылы айқындайды.

Норт, Уоллис, Вайнгаст (2007) ұсынған *limited access order* (шектеулі қолжетімділік тәртібі) моделі бойынша авторитарлық жүйелерде ресурстарға қолжетімділік қатаң шектеулі болады, ал саяси тұрақтылық элита ішіндегі ренталық келісімдердің сақталуына тәуелді. Мұндай құрылымда дағдарыс көбіне осы бейресми келісімдердің бұзылу сәтінде туындайды. Осы теориялық логика Қаңтар оқиғасын сипаттаған мемлекеттік фреймдердің («сыртқы күштер», «мемлекеттік төңкеріс», «қауіпсіздік») қалыптасуын терең түсіндіреді: билік дискурсы элитаішілік дағдарыстың шынайы себептерін көмескілеу арқылы қауіпсіздік риторикасын күшейтіп, өз легитимдігін бекітуге ұмтылады.

Аталған теорияға сәйкес, мұндай жүйеде экономикалық ресурстарға да, саяси шешім қабылдауға да кең қоғам емес, тар элиталық топтар ғана қол жеткізе алады. Элиталар өзара рентаны (пайда, ресурс, ықпал, лауазым, бизнес мүмкіндіктері) бөлісу арқылы жүйеде

«салыстырмалы тұрақтылықты» сақтап отырады. Егер осы ішкі тепе-теңдік бұзылса, бүкіл жүйе дағдарысқа ұшырайды. Яғни, саяси тұрақсыздықтың негізгі себебі халық емес, ең алдымен элита ішіндегі келісімдердің бұзылуы. Осы логикаға сүйене отырып, авторлар Қаңтар оқиғасын «мемлекет пен қоғам арасындағы қақтығыс қана емес, элиталардың өз ішінде ұзақ жылдар қалыптасқан ренталық келісімдердің шайқалуы нәтижесінде пайда болған сыни сәт» деп бағалайды.

Шектеулі қолжетімділік тәртібі теориясы мемлекеттік бағыттағы Қаңтар туралы кітаптарда жиі қолданылатын «мемлекетке төнген қауіп», «стратегиялық нысандарға шабуыл», «сыртқы күштердің ықпалы», «мемлекеттік төңкеріс қаупі» сияқты фреймдердің қалыптасу логикасын айқындай түседі. Риторика Қаңтар оқиғасын ұлттық қауіпсіздікке жасалған соққы ретінде сипаттауға негізделеді. Теория тұрғысынан алғанда, элиталық тепе-теңдік бұзылған кезеңдерде жүйе өз тұтастығын сақтау үшін оқиғаны «сыртқы жау» немесе «қауіп» бейнесі арқылы қайта жинақтауға ұмтылады. Сондықтан ресми дискурс ішкі элитааралық дағдарыстың себептерін ашық талдаудан гөрі, жағдайды қауіпсіздік риторикасы арқылы түсіндіруге бейім болады. Осы тұрғыда «қауіп» фреймі элиталық тәртіптің бұзылуын қоғамнан жасыратын, керісінше биліктің легитимациясын күшейтетін құралға айналады. Нәтижесінде шектеулі қолжетімділік тәртібі интерпретациясы мен мемлекеттік дискурстың аталған фреймдері бірін-бірі толықтыра отырып, Қаңтарды «мемлекетті күйретуге бағытталған ұйымдасқан шабуыл» ретінде көрсетуге идеологиялық негіз қалыптастырады.

Троицкий және әріптестері (2023) Қаңтар оқиғасы кезінде қазақстандық сарапшылардың әлеуметтік желілердегі реакциясын талдай отырып, дискурстың екі түрлі когнитивтік картаға бөлінетінін анықтайды. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, мемлекеттік бағыттағы сараптамалық дискурс «терроризм», «шетелдік күштердің араласуы», «диверсия», «мемлекеттік төңкеріс» сияқты қауіпсіздікке негізделген кодтармен сипатталады. Ал тәуелсіз сарапшылар риторикасы «бейбіт митинг», «азаматтық талаптар», «құрбандар», «құқық бұзушылық», «репрессия» тәрізді азаматтық және құқықтық ұғымдарды жиі қолданады. Осындай айырмашылық ақпараттық кеңістікте орын алған фреймдік поляризацияның тек ресми медиа деңгейінде ғана емес, сараптамалық ортада да анық байқалатынын дәлелдейді. Зерттеуде қолданылған кілт сөздер жүйесі де осы халықаралық әдебиетте көрсетілген дискурстық жіктеумен толық үйлеседі. Мемлекеттік бағыттағы мәтіндерде «терроризм», «мемлекеттік төңкеріс», «Ұжымдық қауіпсіздік шарты ұйымы (ҰҚШҰ)», «президент Тоқаев», «мемлекеттілік» сияқты мемлекет қауіпсіздігі мен тұрақтылығын алға шығаратын фреймдер басым. Ал тәуелсіз кітаптарда «бейбіт митинг», «азаптау», «қасақана оқ ату», «құқық бұзушылық», «жәбірленуші» секілді адам құқықтары мен зардап шеккендерге қатысты кодтар жиірек кездеседі. Осылайша, талдауда қолданылған он кілттік сөз дискурстық поляризацияны сипаттайтын, теориялық әрі эмпирикалық негізделген категориялар ретінде көрініс табады.

Қазіргі академиялық әдебиеттің басым бөлігі Қаңтар оқиғасын медиа өнімдер, жаңалықтар және онлайн дискурс арқылы талдауға шоғырланған (Karibayeva & Lemon, 2023; Troitskiy et al., 2023). Алайда кітаптар, репортаждық жинақтар және деректі басылымдар секілді ұзақ формадағы нарративтер осы уақытқа дейін толыққанды зерттеу объектісі ретінде жүйелі түрде талданған жоқ. Осыған байланысты бұл зерттеудің ғылыми жаңалығы Қаңтар оқиғасы тақырыбындағы төрт бір-біріне қарама-қарсы мәтінді (екі мемлекеттік және екі тәуелсіз бағыттағы) бір ортақ сараптама алаңына шығарып, оларды салыстырмалы фреймдік талдау негізінде қарастыруында жатыр.

Мемлекеттік бағыттағы екі кітап – Леонид Млечиннің «Қаңтар трагедиясы. Президент Тоқаев және сабақ алу» («Трагический январь. Президент Токаев и извлечение уроков») және

Бигелді Ғабдуллиннің «Қаңтар-22: Сәтсіз мемлекеттік төңкеріс және ұлттың оянуы» («Қаңтар-22: Неудавшийся госпереворот и пробуждение нации») – ресми дискурстың құрылымдық элементтері ретінде көрінеді. Осы еңбектер Қаңтар оқиғасын «алдын ала ұйымдастырылған террористік әрекет», «мемлекеттік төңкеріс жасау талпынысы» немесе «сыртқы күштердің гибридік ықпалы» ретінде фреймдейді. ҰҚШҰ күштерін шақыру «стратегиялық тұрғыдан дұрыс әрі қажет қауіпсіздік шарасы» ретінде негізделеді, ал президент Тоқаев дағдарысты басқарған негізгі шешім қабылдаушы актор ретінде орталық орынға қойылады.

Тәуелсіз бағыттағы екі еңбек – Төреғожина мен Жовтис редакциялаған «Ескертусіз қасақана оқ ату...» жинағы және Азаттықтың «Қанды қаңтар құрбандары» атты кітабы – Қаңтар оқиғасын «төменнен», яғни жәбірленушілер, куәгерлер және олардың жақындарының тәжірибесі негізінде қайта құрастырып, «адам тағдырына негізделген» аналитикалық оптика ұсынады. Мәтіндерде назар мемлекеттік институттардың ресми интерпретациясына емес, жәбірленушілердің, куәгерлердің және олардың туыстарының тәжірибесіне аударылады. Қанды қаңтар мұнда «ұлттық қауіпсіздік дағдарысы» емес, «азаматтардың құқығының жүйелі түрде бұзылуы» ретінде сипатталады. Осы тәсіл құқық қорғау әдебиетінде жиі кездесетін төменнен жоғары (bottom-up) реконструкция логикасымен сәйкес келеді.

Бұл екі нарратив бір жағынан, авторитарлық режимнің дағдарыс кезеңіндегі өзін-өзі ақтау, қауіпсіздік риторикасын күшейту және институционалдық легитимация жасау стратегияларымен (Schedler, 2015; Meng, 2021), екінші жағынан, тәуелсіз медиа мен құқық қорғаушы ұйымдардың контр-нарратив қалыптастыру әрекеттерімен (Cissel, 2012; Peifer & Lee, 2019) тікелей байланысты. Осылайша, зерттеу ұзақ формадағы мәтіндер арасындағы дискурстық алшақтықты сандық (кілт сөздердің жиілігі) және сапалық (фреймдік құрылым) деңгейде бірдей негізде айқындайды.

Қолданыстағы ғылыми әдебиет 2022 жылғы Қаңтар оқиғасын әртүрлі сараптамалық тұрғыдан түсіндіруге талпынса да, олардың басым бөлігі медиа репрезентацияның құрылымдық табиғатын толық қамтымайды. Кей жұмыстар Қаңтар оқиғасын авторитарлық сабақтастық дағдарысы, элитааралық қақтығыс және билік транзитінің институционалдық әлсіздігі тұрғысынан сипаттайды (Zhu & Mukhin, 2021). Бұл еңбектер билік ішілік динамиканы дәл көрсеткенімен, медиалық интерпретацияның қалай өндірілетінін немесе ресми дискурс қандай лингвистикалық механизмдер арқылы легитимация құратынын эмпирикалық деңгейде ашпайды.

Қазақстандағы құрылымдық факторларға сүйенген тағы бір бағыт шектеулі қолжетімділік тәртібі логикасын қолданады (North, et al, 2007; Ibadildin & Primiano, 2024). Зерттеулер ресурстарға қолжетімділік, элиталық ренталар және әлеуметтік теңсіздік тәрізді макро-саяси факторларды анық көрсетеді, алайда осы құрылымдық ықпалдың медиа дискурста қандай фреймдік формаға айналатынын, алдыңғы қатарлы баяндау стратегиялары қалай қалыптасатынын зерттемейді.

Қарастырылған халықаралық және отандық әдебиеттер Қаңтар оқиғасын әртүрлі теориялық перспективалар арқылы түсіндіреді және олардың әрқайсысы авторитарлық саяси жүйелердегі тұрақсыздық динамикасын интерпретациялаудың өзіндік аналитикалық негізін ұсынады. Кейбір зерттеулер Қаңтарды авторитарлық сабақтастықтың дағдарысы, элитаішілік тартыстар және билік трансфері кезіндегі институционалдық әлсіздік ерекшеліктері арқылы талдайды (Zhu & Mukhin, 2021). Бұл зерттеулер оқиғаларды биліктің ішкі конфигурациясы мен элиталардың үйлесімсіздігі призмасы арқылы түсіндіреді, бірақ медиалық репрезентацияның құрылымдық табиғатын жан-жақты қамтымайды. Екінші бағыт – Қазақстандағы саяси-экономикалық тәртіптің шектеулі қолжетімділік тәртібі моделі (North et al., 2007). Зерттеу тәсілі

Қаңтарды ресурстарға қол жеткізу жүйесінің дағдарысы, экономикалық теңсіздік және реформа уәделерінің іске аспауымен байланыстырады. Авторлар құрылымдық факторларды дәл көрсеткенімен, осы факторлардың медиа дискурста қалай бейнеленетінін немесе қандай фреймдер арқылы түсіндірілетінін анықтамайды.

Үшінші бағыт әлеуметтік-мәдени аспектілерге көңіл бөледі: легитимділік дағдарысы, қоғамдық келісімнің бұзылуы және әлеуметтік поляризация (Kudaibergenova & Laruelle, 2022). Қарастырылған еңбектер Қаңтар оқиғасын мемлекеттің ұзақ мерзімді институционалдық легитимділігінің дағдарысы ретінде көрсетеді, алайда медиа деңгейіндегі интерпретациялық құрылымдардың (framing) қалай өндірілетінін эмпирикалық, корпусстық әдіспен зерттемейді. Төртінші бағыт протесттік динамика мен элиталардың саяси бейімделуін зерттейді (Kudaibergenova & Laruelle, 2022). Зерттеу жұмысында халықтың мобилизациясы, саяси толқудың қозғаушы факторлары және биліктің жауап беру стратегиялары қарастырылғанымен, медиалық интерпретациялар жүйелі салыстырылмайды.

Бесінші бағыт медиа зерттеулерін қамтиды: фреймдік поляризация, ақпараттық асимметрия және ресми/бейресми дискурстардың құрылымдық айырмашылықтары (Karibayeva & Lemon, 2023; Troitskiy et al., 2023). Көрсетілген еңбектер Қаңтар оқиғасын жаңалықтар контенті немесе әлеуметтік желідегі коммуникация арқылы қарастырып, белгілі бір фреймдердің үстемдігін көрсетеді, бірақ талдауы тек қысқа форматты медиа өнімдермен шектеледі.

Осы контексте қазіргі әдебиетте төрт айқын зерттеу олқылығы қалыптасқан. Біріншісі, медиа өнімдердің қысқа форматына шамадан тыс тәуелділік. Қазіргі зерттеулердің басым бөлігі 90-120 секундтық репортаждар мен фрагменттік жаңалық материалдарымен шектеледі. Ал дағдарысты ең толық бейнелейтін ұзақ форматтағы мәтіндер назардан тыс қалады. Екіншісі, мемлекеттік және тәуелсіз кітаптарды салыстырған фреймдік зерттеудің болмауы.

Посткеңестік медиазерттеулерде ресми және тәуелсіз нарративтерді бір корпусқа біріктіріп, олардың семантикалық айырмашылығын статистикалық дәлдікпен анықтаған зерттеу жоқ. Бұл – Қазақстан контекстінде нақты және эмпирикалық жағынан негізделген олқылық, себебі Қаңтар оқиғасы тәрізді саяси дағдарыстар фреймдік оппозицияны айқын көрсетеді.

Үшіншісі, бұрынғы зерттеулердің әдіснамалық тарлығы. Қаңтар оқиғасына арналған көптеген еңбектер негізінен сапалық контент-талдаумен шектеліп, мәтіндегі фреймдердің таралуын жүйелі сандық өлшемдер арқылы көрсетпейді. Зерттеу жұмысында аталған олқылықты еңсеру мақсатында фреймдердің жиілік көрсеткіштері қолданылып, мемлекеттік және тәуелсіз мәтіндердегі негізгі интерпретациялық басымдықтар эмпирикалық дерек арқылы айқындалды. Жиілік талдауы фреймдердің қай мәтінде, қандай көлемде және қандай салыстырмалы салмақпен қолданылғанын көрсетуге мүмкіндік беріп, медиадискурстың құрылымдық айырмашылықтарын сандық деңгейде негіздеуге жол ашты.

Төртіншісі, адам құқықтары дискурсының жүйелі сандық сипаттамасындағы олқылық. Бұған дейінгі зерттеулер көбіне жекелеген фактілер мен кейстерді сипаттаумен шектеліп, адам құқықтары дискурсының қандай фреймдер арқылы және қандай жиілікпен қалыптасатынын сандық тұрғыдан анықтаған жоқ. Осы зерттеу жұмысы адам құқықтары фреймдерінің жиілік құрылымын анықтау арқылы олардың тәуелсіз мәтіндердегі интерпретациялық өзегін, басым бағыттарын және мемлекеттік дискурспен салыстырғандағы айырмашылығын нақты көрсетеді. Осы зерттеу тәсілі адам құқықтары дискурсын бағалауыш пікірлер деңгейінде емес, өлшенетін эмпириялық көрсеткіштер арқылы талдауға мүмкіндік береді.

## Авторитарлық медиа және фреймдер теориясы

Авторитарлық режимдегі медиа жүйесі ақпарат жеткізуші арна рөлі ретінде ғана танылмайды, ол биліктің легитимдігін өндіретін және қайта өндіретін саяси институт ретінде түсіндіріледі (Oates, 2016; Wedeen, 2015). Мұндай режимде медиа құрылымы, меншік формалары және контенттік саясат биліктің стратегиялық мүдделерімен тығыз байланыста болады. Осындай жағдайда жаңалықтар мен саяси оқиғаларды ұсыну формасы (яғни фреймдер) режимнің тұрақтылығын сақтау үшін қолданылатын басты құралдардың біріне айналады.

Фреймдер теориясы (Goffman, 1974; Entman, 1993) – медиа зерттеудегі негізгі парадигмалардың бірі. Эрвинг Гоффманның (1974) тұжырымдамасына сәйкес, фрейм – адамның немесе топтың айналасындағы ақпаратты ұйымдастыру тәсілі. Ол «шындыққа терезе» сияқты: қай бұрыштан қарасаң, сол көрініс көрінетінін алға тартады.

Роберт Энтманның (1993) классикалық тұжырымдамасы фреймнің медиада атқаратын төрт негізгі функциясын айқындайды. Біріншіден, фрейм әлеуметтік маңызы бар оқиғаны құрылымдап, назарды нақты бір аспектке шоғырландыру арқылы оны «негізгі мәселе» деңгейіне көтереді. Екіншіден, ол проблеманың себептерін түсіндіреді, белгілі бір акторларды немесе факторларды жауапты ретінде көрсету арқылы себеп және салдар логикасын қалыптастырады. Үшіншіден, фрейм моральдық бағалау жасайды, оқиғаны этикалық, құқықтық немесе әлеуметтік нормалар тұрғысынан интерпретациялайды. Төртіншіден, ол мәселенің мүмкін болатын шешімдерін немесе ұсынылатын әрекеттерді көрсетеді, сол арқылы қоғамдық-саяси әрекет траекториясын бағыттайды. Осы төрт функцияның жиынтығы медиа фреймнің тек ақпаратты трансляциялау құралы емес, қоғамдық пікірді құрылымдаудың, интерпретациялық басымдықтарды қалыптастырудың және саяси-идеялық бағдарды анықтаудың қуатты механизмі екенін дәлелдейді.

Авторитарлық контекстте фреймдер көбіне қауіп, тәртіп, тұрақтылық және сыртқы жау образдарына сүйенеді (King, 2010; Gerschewski, 2013). Мемлекеттік медиада және мемлекетшіл авторлардың кітаптарында қоғамдық наразылықтар көбіне «жаппай тәртіпсіздік», «экстремизм», «терроризм», «мемлекеттік төңкеріс» ретінде сипатталады. Бұл – мемлекет тарапынан жүргізілетін «қауіп фреймінің» (threat frame) классикалық көрінісі. Осындай фрейм Қаңтар оқиғасына арналған Леонид Млечин мен Бигелді Ғабдуллиннің еңбектерінде айқын байқалады, олар оқиғаны мемлекеттің тұтастығына төнген қауіп және «мемлекеттік төңкеріс әрекеті» ретінде түсіндіреді.

Керісінше, тәуелсіз құқық қорғау ұйымдары мен тәуелсіз басылымдардың мәтіндерінде фокус басқа фреймдерге жылжиды. Мәселен, «бейбіт митинг», «құқық бұзушылық», «азаптау», «қасақана оқ ату», «жәбірленушілер», «ескертусіз оқ ату» сияқты категориялар орталыққа шығады. Дискурс адам құқықтары, заң үстемдігі және мемлекеттің жауапкершілігі сияқты либералдық-демократиялық құндылықтарға негізделеді. Мұндай фреймдік айырмашылықтар авторитарлық-гибридті режимде медиа кеңістік ішіндегі «нарративтік қақтығысты» (narrative contestation) сипаттайтын қазіргі зерттеулермен де үндеседі (Cissel, 2012; Voltmer, 2013).

Зерттеу медиа эффектілерді түсіндіретін екі басты теориялық парадигманың (фрейминг пен күн тәртібін белгілеу) өзара байланысқан ықпалын қарастырады. Фрейминг теориясы ақпараттың тек қандай факт берілуімен емес, оның қандай интерпретациялық құрылыммен ұсынылуымен де анықталатынын көрсетеді. Entman (1993) сипаттағандай, фрейм нақты құбылысты мәселелендіру, себептілікті анықтау, моральдық бағалау және ұсынылатын шешім арқылы көрінеді. Бұл төрт элементтің басымдығы медианың қоғамдық қабылдауды

калыптастырудағы рөлін айқындайды. Осы теория тұрғысынан Қаңтар оқиғасы бір жағынан «терроризм» немесе «арнайы ұйымдастырылған бүлік» ретінде, ал екінші жағынан «азаматтық наразылық» немесе «құқық қорғау органдарының шамадан тыс күш қолдануы» ретінде альтернативті интерпретацияларға мүмкіндік беретін күрделі дискурсивтік оқиға ретінде көрініс табады. Фреймдер арасындағы айырмашылық тек терминологияда ғана емес, мемлекет легитимділігінің деңгейін түсіндіруде, зорлықтың себептерін белгілеуде және азаматтардың әрекеттерін бағалауда көрініс береді.

Күн тәртібін белгілеу (Agenda-setting) теориясы осы үдерісті толықтыра отырып, медиа тек оқиғаның интерпретациясын емес, оның қоғамдық маңызын, яғни күн тәртібіндегі орнын анықтайтынын дәлелдейді. McCombs пен Shaw (1972) ашқан бірінші деңгейлі (күн тәртібін белгілеу) медианың қай мәселені маңызды деп көрсететінін сипаттаса, екінші деңгейлі күн тәртібін белгілеу теориясы оның қандай қырын алға шығаратынын түсіндіреді. Осы тұрғыда Қаңтар оқиғасын ресми медианың «мемлекеттік қауіпсіздік», «сырттан келген ықпал», «терроризм қаупі» сияқты атрибуттар арқылы көрсетуі мемлекеттік институттарға қолдау деңгейін арттыруға бағытталса, тәуелсіз медианың «қоғамдық сенім дағдарысы», «әлеуметтік әділетсіздік», «күш қолданысының заңсыздығы» секілді атрибуттарға басымдық беруі мемлекет легитимділігіне сын көзқарасты күшейтеді. Медиааралық күн тәртібін белгілеу шеңберінде мемлекеттік және тәуелсіз медиа бір-бірінің акценттеріне реакция беріп, бәсекелі нарративтер арасындағы симметриясыз ақпараттық кеңістік қалыптасады.

Фрейминг пен agenda-setting теорияларының қиылысуы зерттеудің сараптамалық өзегін құрайды, себебі Қаңтар оқиғасы туралы мемлекеттік және тәуелсіз басылымдарда ұсынылатын интерпретациялық құрылымдар тек оқиғаны түсіндірудің емес, саяси легитимділікті қайта өндірудің құралына айналады. Мемлекеттік көзқараста зорлықтың негізгі көзі ретінде «ұйымдасқан қылмыстық топтар», «радикал элементтер» немесе «шетелдік деструктивті күштер» көрсетіледі. Бұл өз кезегінде күштік шараларды заңдастыруға мүмкіндік беретін себептік фреймді күшейтеді. Тәуелсіз дереккөздерде зорлық көбіне «қоғамдық наразылықты басу», «оқ қаруын заңсыз қолдану» және «ескерту жасалмаған операциялар» арқылы түсіндіріледі, бұл мемлекеттің әрекетін проблема ретінде қайта қояды және жауапкершілікті мемлекеттік институттарға аударады. Теориялық негіз осылайша екі медиалық кеңістік арасындағы асимметрияны, легитимділік үшін дискурсивтік күресті және ақпараттық бақылау механизмдерінің қалай іске қосылатынын талдауға мүмкіндік береді. Фреймдік салыстыру және күн тәртібін белгілеудің иерархиялық құрылымы зерттеуге таңдалған кітаптар мен дереккөздердегі дискурстарды жүйелі түрде талдауға жағдай жасап, әр нарративтің қандай аргументтік стратегияны қолданатынын және олардың қайсысы қоғамдық пікірді қалыптастыруда басымдыққа ие екенін анықтауға теориялық негіз береді.

## Зерттеу әдіснамасы

Зерттеудің эмпирикалық құрылымын Қаңтар оқиғасына арналған төрт көлемді кітап құрайды. Корпустың құрастырылуы мемлекеттік және тәуелсіз дискурстар арасындағы семантикалық, идеологиялық және фреймдік айырмашылықтарды салыстырмалы түрде талдауға мүмкіндік беретіндей мақсатты түрде ұйымдастырылды. Атап айтқанда, зерттеу екі мемлекеттік сипаттағы және екі тәуелсіз сипаттағы еңбекті қамтиды. Мемлекеттік дискурсты білдіретін Леонид Млечиннің «Қаңтар трагедиясы. Президент Тоқаев және сабақ алу» («Трагический январь. Президент Токаев и извлечение уроков») және Бигелді Ғабдуллиннің «Қаңтар-22: «Қаңтар-22: Сәтсіз мемлекеттік төңкеріс және ұлттың оянуы» («Қаңтар-22:

Неудавшийся госпереворот и пробуждение нации») атты кітаптары ресми билік позициясын, қауіп пен тұрақтылықты орталыққа қоятын саяси-идеологиялық интерпретацияны көрсетеді. Ал тәуелсіз бағыттағы Бақытжан Төрегожина мен Евгений Жовтистің редакциясымен жарық көрген «Ескертусіз қасақана оқ ату...» және Азаттық радиосының «Қанды қаңтар құрбандары» жинағы адам құқықтары, жәбірленуші тағдыры және күш құрылымдарының әрекетіне қатысты балама, құқық қорғаушылық көзқарасты ұсынады.

Зерттеу құрылымының дәл осы төрт кітаптан таңдалуы мақсатты іріктеу стратегиясына негізделді. Зерттеу тәсілі зерттеу сұрағын барынша толық ашуға қабілетті, мазмұны бай және дискурстық поляризациясы айқын мәтіндерді мақсатты түрде іріктеуді көздейді. Іріктеме келесі критерийлер бойынша жүргізілді. Біріншіден, оқиғаның кең хронологиясын, себептік құрылымын және нарративтік динамикасын беретін еңбектер таңдалды. Екіншіден, институционалдық позицияның айқын болуы – мемлекеттік және тәуелсіз спектрдің екі қарсы полюсін қамтитын мәтіндер дискурстық контрастты анық көруге мүмкіндік береді. Үшіншіден, ұзақ форматтағы кітаптар мен ірі баяндама түріндегі еңбектер фреймдік құрылымдарды терең талдауға жағдай жасайды. Төртіншіден, кітаптардың қазақ және орыс тілдерінде қолжетімді болуы олардың екі түрлі аудиторияға бағытталған дискурстарды салыстыруға мүмкіндік береді. Бесіншіден, еңбектер қоғамдық пікір мен медиа дискурста кеңінен дәйектелген, яғни Қаңтар оқиғасы туралы қоғамдық түсініктің қалыптасуына нақты ықпал еткен.

Зерттеу Қаңтар оқиғасына қатысты мемлекеттік және тәуелсіз басылымдарда қалыптасқан медианарративтердің құрылымын салыстырмалы түрде талдауды мақсат етеді. Осы мақсатқа қол жеткізу үшін зерттеу аралас әдіснамаға (mixed-methods) негізделген салыстырмалы фреймдік контент-анализ дизайнын қолданады. Әдіснамалық негіз ретінде медиа фреймдерді талдау теориясының классикалық авторлары – Goffman (1974), Entman (1993), McCombs & Shaw (1972) және Cissel (2012) еңбектері алынған. Бұл теориялық база фреймдердің қалай пайда болатынын, оқиға қалай кодталатынын және медианарративтің аудиторияға қалай әсер ететінін түсіндіруге мүмкіндік береді.

Зерттеу екі деңгейлі сараптамалық құрылым арқылы жүзеге асырылды. Бірінші деңгей сандық контент-анализден тұрады. Бұл кезеңде алдын ала анықталған фрейм индикаторлары негізінде мемлекеттік және тәуелсіз кітаптардағы кілт сөздер мен сөз тіркестерінің жиілігі есептелді. Бұл тәсіл әр дискурста қандай түсініктердің басым қолданылатынын, қандай ұғымдардың медиалық салмаққа ие екенін анықтауға мүмкіндік береді.

Екінші деңгей – сапалық фреймдік талдау. Мұнда Entman (1993) ұсынған фреймнің төрт функциясы *мәселені анықтау (problem definition)*, *себепті интерпретациялау (causal interpretation)*, *моральдық бағалау (moral evaluation)*, *ұсынылатын шешім (treatment recommendation)* негізінде әрбір кітаптағы дискурсивтік құрылымдар түсіндірілді. Осы тәсіл Қаңтар оқиғасының мемлекеттік және тәуелсіз нарративтерде қалай құрастырылғанын, қай компонентке қандай мағыналық басымдық берілгенін және идеологиялық айырмашылықтың қандай механизмдер арқылы пайда болатынын анықтауға мүмкіндік береді.

Зерттеу дизайны төрт кітаптан тұратын салыстырмалы кейс-стади ретінде ұйымдастырылды. Екі мәтін мемлекеттік және президенттік коммуникацияға жақын ресми интерпретацияны білдірсе, қалған екі дереккөз тәуелсіз құқық қорғау және журналистік бағыттағы авторлардың нарративін құрайды. Мұндай конфигурация Қаңтар оқиғасы туралы ұзақ форматтағы ресми және тәуелсіз баяндаулардың толыққанды медиадискурстық картасын құруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар бұл құрылым екі дискурс арасындағы фреймдік, семантикалық және идеологиялық айырмашылықтарды жүйелі түрде айқындауға методологиялық негіз береді.

Зерттеу барысында кодтау үдерісі бағытталған контент-анализ логикасына негізделіп, Python бағдарламалау тілі мен Jupyter Notebook ортасында жүзеге асырылды. Кодтау үдерісі үш бірізді кезеңнен тұрды: мәтінді дайындау, фреймдік индикаторларды машиналық санау және контекстік тексеру.

Бірінші кезең мәтінді дайындаудан тұрды. Зерттеуге енгізілген төрт кітап PDF және DOCX форматтарынан мәтіндік корпусқа айналдырылды. Сканерленген беттер OCR (optical character recognition) технологиясы арқылы мәтінге көшірілді. Талдауға кедергі келтіретін техникалық элементтер (бет нөмірлері, мазмұн кестелері, артық бос жолдар) алынып тасталды. Барлық мәтін Python бағдарламасында алдын ала өңделіп, стандарттауды қамтамасыз ету үшін lowercase форматына келтірілді.

Келесі қадам фреймдік индикаторларды машиналық кодтауға арналды. Әр кітап жеке мәтіндік файл ретінде қарастырылып, алдын ала теориялық негізде құрастырылған фреймдік сөздік бойынша жиілік санау жүргізілді. Машиналық кодтау Python тілінде Jupyter Notebook ортасында орындалып, тұрақты өрнектер (regular expressions) көмегімен әрбір фреймдік индикатордың мәтінде қанша рет кездескені есептелді. Кодтау бірлігі ретінде сөз немесе сөз тіркесінің пайда болу фактісі алынды.

Бір фреймге тиесілі барлық морфологиялық түрленімдер (жекеше/көпше, септік формалары, шақ айырмашылықтары) бір кодқа біріктірілді. Мысалы, «*пытка*», «*пытки*», «*подвергли пыткам*» формалары толықтай «азаптау/пытки» фрейміне енгізілді. Бұл тәсіл фреймдердің семантикалық тұтастығын сақтауға мүмкіндік берді.

Кодтау «бір мәтінде бірнеше фрейм қатар көрінуі мүмкін» қағидасына сәйкес жүргізілді. Бір азат жолда бірнеше фреймдік индикатор тіркелсе, олардың әрқайсысы жеке код ретінде есептелді.

Үшінші кезеңде контекстік тексеру жасалды. Жиілік санау нәтижелері контекстік тексеру арқылы нақтыланды. Жоғары жиілік көрсеткен индикаторлар қолданылған мәтін үзінділері қайта оқылып, олардың риторикалық функциясы (қауіптендіру, легитимация, жауапкершілікті жылжыту, жәбірленушіні даралау) анықталды.

Интеркодерлік сенімділік көрсеткіштері есептелмеді, себебі кодтау үдерісі толықтай автоматтандырылған және Python мен Jupyter негізіндегі машиналық санауға сүйенді. Кодтау сенімділігі фреймдік индикаторлардың теориялық түрде алдын ала анықталуы, тілдік симметрияның сақталуы және машиналық нәтижелердің контекстік тексерілуі арқылы қамтамасыз етілді.

Зерттеудің әдістемелік сенімділігі мен нәтижелерінің дәйектілігін қамтамасыз ету мақсатында кодтау үдерісі бірнеше өзара байланысты тексеру деңгейлері арқылы жүзеге асырылды. Ең алдымен, фреймдік индикаторлар теориялық-дедуктивтік тәсіл негізінде алдын ала анықталды. Бұл кезеңде Goffman (1974) ұсынған фрейм ұғымы, Entman (1993) сипаттаған іріктеу – маңыздандыру – интерпретациялау логикасы, сондай-ақ қазіргі протест және адам құқықтары жөніндегі медиазерттеулерде қолданылатын фреймдік модельдер негізге алынды. Осы теориялық база фреймдердің кездейсоқ емес, концептуалды тұрғыда негізделген категориялар ретінде құрылуына мүмкіндік берді.

Кодтау жүйесі қазақ және орыс тілдерінде симметриялы түрде әзірленді. Әрбір фрейм үшін екі тілдегі баламалы лексикалық индикаторлар анықталып, олардың семантикалық өрісі тең қамтылды. Бұл зерттеу тәсілі билингвалды корпус жағдайында тілдік асимметрияның нәтижелерге ықпалын барынша азайтуға және фреймдердің мазмұндық эквиваленттілігін сақтауға бағытталды. Тілдік симметрия принципі фреймдердің жиілік көрсеткіштерін салыстырудың валидтілігін арттырды.

Сандық контент-анализ нәтижелері сапалық тұрғыда қайта оқу арқылы жүйелі түрде тексерілді. Атап айтқанда, жиілік көрсеткіші жоғары болған фреймдер мәтіндік контексте қайта қаралып, олардың нақты қолданылу мағынасы мен дискурстық функциясы интерпретациямен сәйкестендірілді. Бұл қадам фреймдердің тек механикалық жиілік ретінде емес, мағыналық құрылым ретінде дұрыс түсіндірілуін қамтамасыз етті. Мұндай тәсіл сандық және сапалық деректерді ұштастыратын триангуляция (triangulation) қағидатына сәйкес келеді және нәтижелердің ішкі дәйектілігін күшейтеді.

Зерттеу бір кодер тарапынан жүргізілгендіктен, формалды интеркодерлік сенімділік көрсеткіштері (мысалы, Cohen's kappa) есептелмеді. Алайда бұл шектеуді өтеу үшін рефлексивті дәйектеу стратегиясы қолданылды. Кодтау үдерісінің әр кезеңі бірнеше рет қайта қаралып, фреймдерге жатқызу логикасы, индикаторлар жиынтығы және олардың мәтіндік контекспен сәйкестігі жүйелі түрде тексерілді. Қайта кодтау және логикалық сәйкестікті бақылау кодтау жүйесінің ішкі бірізділігін сақтауға мүмкіндік берді.

Зерттеудің дереккөздері тек ашық қолжетімді кітаптар мен жарияланған баяндама форматындағы материалдардан тұрады. Сондықтан зерттеу барысында жеке тұлғалар туралы жаңа, бұған дейін жарияланбаған немесе конфиденциалды деректер жиналған жоқ. Құрбандарға қатысты барлық ақпарат бастапқы кітаптардағы ресми жарияланған мәтіндермен шектеліп, қосымша идентификациялық деректер пайдаланылмады.

## Зерттеу нәтижелері

### *Фреймдердің жалпы жиілігі: төрт кітаптың картасы*

Сандық контент-анализ нәтижелері Қаңтар оқиғасына арналған төрт кітапта қолданылған фреймдердің айқын асимметриясын көрсетті. Мемлекеттік сипаттағы мәтіндер мен тәуелсіз кітаптардың фреймдік профилі түбегейлі екі түрлі интерпретациялық логикаға бағынады. Автоматтандырылған NLP-талдау (Python негізіндегі корпус-лингвистикалық модель) нәтижелері мемлекеттік және тәуелсіз медиадағы фреймдік айырмашылықтардың айқын әрі жүйелі сипатқа ие екенін көрсетті.

Мемлекеттік бағыттағы екі еңбек – Леонид Млечиннің «Қаңтар трагедиясы. Президент Тоқаев және сабақ алу» («Трагический январь. Президент Тоқаев и извлечение уроков») және Бигелді Ғабдуллиннің «Қаңтар-22: «Қаңтар-22: Сәтсіз мемлекеттік төңкеріс және ұлттың оянуы» («Қаңтар-22: Неудавшийся госпереворот и пробуждение нации») атты кітаптары мемлекет қауіпсіздігі фреймінің басымдығымен сипатталады. Млечин мәтінінде қауіпсіздікке қатысты негізгі лексемалар жоғары жиілікпен тіркелді: «терроризм» – 136 рет, «мемлекеттік төңкеріс» - 39 рет, «ҰҚШҰ» - 61 рет, «Тоқаев» - 1134 рет, «тұрақтылық/мемлекеттілік» - 20 рет. Нәтижесінде мемлекеттік фреймдер бойынша жиынтық көрсеткіш 4331 кодты, ал адам құқықтары фреймдері не бары 577 кодты құрады. Көрсетілген дискурста Қаңтар оқиғасы мемлекетті қорғау, қауіпсіздікті қалпына келтіру және президенттік шешімдерді легитимациялау логикасында түсіндірілгендігін дәлелдейді.

Ғабдуллин еңбегінде де ұқсас құрылым байқалады. Мемлекеттік лексика айқын түрде басым: «терроризм» - 148 рет, «мемлекеттік төңкеріс» - 20 рет, «ҰҚШҰ» - 49 рет, «Тоқаев» - 463 рет, «тұрақтылық» - 31 рет. Автоматтандырылған есептеу нәтижесінде мемлекеттік қауіпсіздік фреймдері 2250, ал адам құқықтары фреймдері 2149 бірлікті құрады. Осы көрсеткіш Ғабдуллин мәтінінің гибридік сипатта болғанымен, семантикалық салмақ жағынан мемлекеттік дискурсқа жақын екенін көрсетеді.

Керісінше, тәуелсіз бағыттағы екі дереккөз – Бақытжан Төреғожина мен Евгений Жовтистің «Ескертусіз қасақана оқ ату...» баяндамасы және Азаттық радиосының «Қанды Қаңтар құрбандары» кітабы адам құқықтары фреймдерінің айқын үстемдігімен ерекшеленеді. Төреғожина-Жовтис корпусында «ескертусіз оқ ату» - 537 рет, «құқық бұзушылық» - 527 рет, «жәбірленуші» - 190 рет, «бейбіт наразылық» - 322 рет, «азаптау» - 56 рет тіркелді. Жиынтық адам құқықтары көрсеткіші 4001 кодты, ал мемлекеттік фреймдер не бары 515 кодты құрады. Бұл мәтінде Қаңтар оқиғасы құқықтық дәлелдер мен құрбандар тағдырына негізделген гуманитарлық дағдарыс ретінде реконструкцияланады.

Азаттық радиосының мәтінінде де ұқсас үрдіс байқалды: «жәбірленуші» - 106 рет, «ескертусіз ату» - 96 рет, «бейбіт наразылық» - 90 рет, «азаптау» - 10 рет тіркелсе, мемлекеттік лексика айтарлықтай төмен деңгейде қалды («терроризм» - 48, «Тоқаев» - 12). Нәтижесінде адам құқықтары фреймдері 826, ал мемлекеттік қауіпсіздік фреймдері 268 бірлікті құрады.

Осылайша, машиналық талдау нәтижелері Қаңтар оқиғасының медиалық репрезентациясында екі тұрақты идеологиялық дискурстың бар екенін нақты сандық деректермен дәлелдейді. Мемлекеттік мәтіндер Қаңтар оқиғасын ұлттық қауіпсіздік пен мемлекеттілікті сақтау мәселесі ретінде фреймдесе, тәуелсіз мәтіндер оны адам құқықтарының бұзылуы мен азаматтық құрбандар трагедиясы ретінде түсіндіреді. Бұл айырмашылық кездейсоқ емес, институционалдық деңгейде орныққан фреймдік поляризацияның нәтижесі саналады.

#### *Мемлекеттік бағыттағы еңбектердегі қауіпсіздік дискурсы және «мемлекеттілік» фреймі*

Леонид Млечиннің еңбегі Қаңтар оқиғасын интерпретациялаудың мемлекеттік дискурсына барынша жақын келетін құрылымды ұсынады. Мәтінде ең жиі қолданылған фрейм – «государственность/мемлекеттілік» (20 код). Автордың негізгі тезисі бойынша, Қаңтар оқиғасы – елді тұрақсыздандырып, «Қазақстанның мемлекеттілігін күйретуге бағытталған мақсатты шабуыл». Кітап бойында «сохранить государственность», «угроза государству», «разрушение государства» сияқты тіркестер жүйелі түрде қайталанып, оқиғаның интерпретациясын қауіптен басталатын сценарийге байлайды.

Құрылым «терроризм» фреймімен (136 код) нығая түседі. Млечин оқиғаны әлеуметтік наразылықтың көрінісі ретінде емес, қайта «организованные террористы», «боевики», «террористические группы» деген жалпылама, мүмкін, нақты емес категориялармен сипаттайды. Мұнда классикалық фреймдік трансформация механизмі байқалады: «наразылық» ұғымы – «терроризм» категориясы арқылы қайта аталып, оқиға легитимсіз күш қолдану актісі ретінде түсіндіріледі.

Оқиға желісінде «Президент Тоқаев» фреймі (1134 код) жеке нарративтік орталыққа айналған. Президент үнемі «шешуші әрі қатаң қадамдар», «мемлекеттің тағдыры үшін саяси жауапкершілік», «күш қолданудан тайынбады» деген бағалаулармен қатар беріліп, дағдарысты еңсерген негізгі тұлға ретінде көрсетіледі. Мәтін құрылымы шартты түрде көрсетілген логикаға бағынады: «қауіп – лидердің батыл шешімі – мемлекеттің сақталуы».

Сонымен қатар, ҰҚШҰ» фреймі (61 код) де осы сценарийді жеткізуші құрал ретінде қолданылады. ҰҚШҰ-ның келуі ешқашан егемендікке қауіп ретінде талқыланбайды; керісінше «бітімгерлік миссия», «жағдайды тұрақтандырустабилизация ситуации», «одақтастық көмек» деп сипатталып, сыртқы күштің қатысуы даулы емес, керісінше мемлекетшіл шешім ретінде легитимделеді. Осылайша Млечиннің еңбегі Қаңтарды қоғамдық қозғалыс емес, мемлекеттің іргесіне бағытталған сыртқы және ішкі террорлық шабуыл ретінде кескіндейді.

**Кесте 1.** Леонид Млечиннің «Қаңтар трагедиясы. Президент Тоқаев және сабақ алу» («Трагический январь: Президент Токаев и извлечение уроков») кітабындағы негізгі фреймдер мен олардың дискурстық қызметі

| Фрейм                    | Жиілік | Дискурстағы рөлі                                                                                                |
|--------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Терроризм                | 136    | Қауіп бейнесін құру, қарсы тарапты легитимсіз субъект ретінде көрсету                                           |
| Мемлекеттік төңкеріс     | 39     | Оқиғаны әлеуметтік наразылық ретінде емес, саяси төңкеріс әрекеті негізінде фреймдеу                            |
| ҰҚШҰ                     | 61     | Халықаралық қолдауды легитимдеу және күш қолдануды құқықтық тұрғыдан негіздеу құралы                            |
| Президент Тоқаев         | 1 134  | Лидерлік нарративтің негізгі өзегі, дағдарыс жағдайында шешім қабылдайтын заңды әрі орталық актор ретінде ұсыну |
| Мемлекеттілік/тұрақтылық | 20     | Нормативті-идеологиялық өзек: мемлекетті сақтау мен тұрақтылықты басты құндылық ретінде бекітетін дискурс       |

Ескерту. Автордың зерттеуі негізінде құрастырылды

**Кесте 2.** Бигелді Ғабдуллиннің «Қаңтар-22: «Қаңтар-22: Сәтсіз мемлекеттік төңкеріс және ұлттың оянуы» («Қаңтар–22: Несостоявшийся государственный переворот и пробуждение нации») кітабындағы негізгі фреймдердің жиілігі мен дискурстық функциясы

| Фрейм                    | Жиілік | Дискурстағы рөлі                                                                          |
|--------------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Терроризм                | 118    | Ішкі жаудың орталық бейнесін қалыптастыру                                                 |
| Мемлекеттік төңкеріс     | 64     | Қаңтар оқиғасын «мемлекеттік төңкеріс жасау әрекеті» ретінде интерпретациялау және бекіту |
| ҰҚШҰ                     | 42     | Дағдарысты еңсерудің легитимді әрі заңды тетігі ретінде ұсыну                             |
| Президент Тоқаев         | 97     | Дағдарысты тоқтатқан негізгі саяси актор ретінде бейнелеу                                 |
| Мемлекеттілік/тұрақтылық | 131    | Авторлық нарративтің идеологиялық өзегі                                                   |

Ескерту. Автордың зерттеуі негізінде құрастырылды

Бигелді Ғабдуллиннің кітабы мемлекеттік дискурстың негізгі мазмұндық құрылымын сақтай отырып, Қаңтар оқиғасын түсіндіруде «төңкеріс әрекеті» идеясын орталық фреймге айналдырады. Автордың мәтініндегі басым семантикалық өріс екі доминантты фреймнің –

«мемлекеттілік» (131 код) және «терроризм» (118 код) – тоғысуынан құралады. Бұлардың қатар қолданылуы Қаңтарды «мемлекетке қарсы мақсатты түрде ұйымдастырылған шабуыл» ретінде түсіндіретін тұжырымдаманы күшейтеді.

Кітаптың атауының өзіндегі «сәтсіз мемлекеттік төңкеріс» формулировкасы фреймдік бағдардың кездейсоқ емес екенін аңғартады. Мәтіннің ішінде «мемлекеттік төңкеріс» ұғымы 64 рет қайталанып, оқиғаның әлеуметтік, экономикалық және институционалдық себептерінің күрделілігі қарапайым «режимді құлатуға талпыныс» түсінігімен алмастырылады. Бұдан туындайтын фреймдік редукцияның классикалық түрі: көпқабатты дағдарыс біржақты қауіп сценарийіне келтіріледі.

Ғабдуллин еңбегінде «Президент Тоқаев» фреймі де жоғары жиілікпен қолданылған (97 код). Автор президенттің рөлін кездейсоқ емес, жүйелі түрде күшейтеді. Тоқаев оқиғаның негізгі шешуші тұлғасы ретінде «кризис-менеджер» сипатында бейнеленеді. Негізгі үш әрекет – ҰҚШҰ күштерін шақыру, күш қолдануға рұқсат беру және кейін реформалар бастау – мәтінде мемлекетті «құлаудың шегінен алып қалған» батыл әрі жауапты шешімдер ретінде ұсынылады. Мұндай тәсіл лидерлікке бағытталған нарративтің эмоциялық салмағын арттырып, оқиғаны жеке тұлғаның шешімдеріне тәуелді етіп көрсетуге мүмкіндік береді.

Ғабдуллин дискурсында халықтың, жәбірленушілердің немесе құқық бұзушылық фактілерінің орны айтарлықтай тарылған. Қоғамдық қатысушылардың рөлі екінші кезекке ысырылып, негізгі мағыналық сызықтар «көшбасшы – сыртқы және ішкі қауіп – мемлекеттің аман қалуы» мағыналарына біріктіріледі. Осылайша автор оқиғаның күрделі әлеуметтік табиғатын емес, оның саяси мағынадағы «мемлекетке жасалған шабуыл» ретіндегі түсіндірмесіне басымдық береді.

### *Президент пен ҰҚШҰ-ның фреймделуі: қауіпсіздік нарративінің тұрақты өзегі*

Мемлекеттік сипаттағы екі кітаптың сапалық және сандық талдауы Президент Тоқаев пен ҰҚШҰ-ның Қаңтар оқиғасын интерпретациялаудағы орталық рөлін айқын көрсетеді. Фреймдік құрылым бойынша бұл екі актор «қауіп–шешім–құтқарылу» схемасының негізгі тіректеріне айналады. Сапалық мазмұнды талдау көрсеткендей, мәтіндерде ашық түрде мынадай тұжырымдамалары жиі қолданылады: «бұл Қазақстанның мемлекеттілігін жоюға бағытталған әрекет болды», «билікті күшпен құлату» «насильственное свержение власти», «ұйымдасқан қарулы топтар», «посткеңестік сценарий бойынша өрбіген түрлі-түсті революция. Мұндай конструкциялар оқиғаны бейбіт наразылық, әлеуметтік наразылық немесе полиция зорлығының салдары емес, мемлекетке бағытталған кешенді қауіп ретінде көрсетуге бағытталған.

Осы логикада Президент Тоқаевтың бейнесі ерекше назарға шығарылады. Жиілік кестесі бойынша Президентке жасалған сілтемелер «терроризм» және «мемлекеттілік» фреймдерімен қатар ең жоғары көрсеткіштердің бірін құрайды. Мәтіндерде Президент көбіне «дағдарысты шешуші жалғыз легитимді актор» ретінде беріледі. Оның «қатаң шешім қабылдауы», «ерекше саяси ерік көрсетуі», «қорықпай күш қолдануы» мемлекет құлау қаупін «тоқтатқан» шешуші фактор ретінде бағаланады. Осылайша Президенттің әрекеті қауіптің ауқымына пропорционалды және қажет қадам ретінде нормалданады. ҰҚШҰ-ның рөлі де ұқсас механизммен фреймделеді. Авторлар оның араласуын егемендікке күмән тудыратын қадам емес, керісінше «миротворческая миссия», «фактор стабилизации», «уақытша және техникалық көмек» ретінде позициялайды. Сандық жиілік бойынша ОДКБ-ға жасалған сілтемелер

«терроризм» мен «государственность» сияқты фреймдерден төмен болғанымен, мәтіндердің композициялық құрылымында ол әрқашан шешуші, «құтқарушы» элемент ретінде көрінеді.

Қолданылған фреймделу тәсілі қауіпсіздік дискурсын одан әрі күшейтеді: Президент – ішкі дағдарысты еңсеретін көшбасшы; ҰҚШҰ – сыртқы қауіпсіздік арнасы; халық – қауіптің ортасында қалған, бірақ үдерістің субъектісі емес; ал оқиға – «сыртқы және ішкі жауларға қарсы сәттілікпен басылған шабуыл».

Осылайша, мемлекеттік мәтіндерде Қаңтар оқиғасы құқықтық немесе гуманитарлық бағалаудан гөрі мемлекеттік қауіпсіздік пен режимдік тұрақтылықтың қатерге ұшырауы ретінде ұсынылады. Фреймдік логика бұл жерде оқиғаның мәнін алдын ала анықтап, Президент пен ҰҚШҰ-ның әрекетін «тарихи қажетті» шешім қатарына шығарады.

### *Мемлекеттік кітаптардағы ортақ фреймдік логика*

Млечин мен Ғабдуллин мәтіндерінің салыстырмалы талдауы мемлекеттік бағыттағы еңбектерде Қаңтар оқиғасын түсіндірудің ортақ стратегиясы бар екенін айқын көрсетеді. Стратегия бірнеше өзара байланысты фреймдік механизмдер арқылы жүзеге асады:

Біріншіден, Қаңтар оқиғасы «террористік» және «төңкерістік» қауіп ретінде көрсетіледі. Оқиғаның әлеуметтік, экономикалық немесе институционалдық себептері фреймдік тұрғыда маргинал күйге түседі. Наразылықтағы көптірлілік, азаматтық талаптар немесе полицияның әрекеттері сияқты аспектілер назардан тыс қалады. Оның орнына оқиғалар «террористік топтардың шабуылы», «мемлекеттік төңкеріс әрекеті» сияқты жоғары қауіп деңгейін білдіретін категориялармен белгіленеді.

Екіншіден, мемлекеттің күш қолдануына заңдылық беріледі. ҰҚШҰ-ның келуі немесе құқық қорғау органдарының қатал әрекеті «қалыпты», «қажетті», «мемлекет мүддесін қорғауға бағытталған» шешімдер ретінде түсіндіріледі. Мемлекеттік күш құрылымдары туралы кез келген даулы аспектілер (құрбандар, күш қолдану мөлшерінің шамадан тыс болуы, заң бұзушылықтар) дискурстан шеттетіліп, «қауіпсіздік бірінші орында» қағидаты үстемдікке ие болады.

Үшіншіден, Президентті оқиғаның басты тарихи субъектісі ретінде ерекшелейді. Президент Тоқаев екі мәтінде де орталық кейіпкер ретінде көрінеді. Оқиғаның логикасы халықтың немесе азаматтық қоғамның әрекеттерінен емес, «көшбасшының шешімінен» бастау алады. Осы механизмдердің барлығы Қаңтар оқиғасын біртекті қауіп сценарийіне айналдырып, оның күрделі қоғамдық-әлеуметтік контекстін жасырады. Мемлекеттік кітаптардағы фреймдер оқиғаның интерпретациялық алаңын тарылтып, оны қауіпсіздік және мемлекеттілік дискурсымен толтырады.

Мемлекеттік дискурс оқиғаны «кешенді қауіп» деп бейнелеу арқылы терроризм, мемлекеттік төңкеріс және государственность фреймдерін бір арнаға біріктіреді; ал тәуелсіз мәтіндер, керісінше, азаматтың құқықтық мәртебесін алдыңғы қатарға шығарып, күш қолданудың заңдылығы мен жәбірленушілердің даусына басымдық береді.

Тәуелсіз дереккөздердегі мәтіндік құрылымдар оқиғаның бастауын азаматтың жағдайынан өрбітіп, оқиғаның моральдық осін «мемлекет – азамат» емес, «азамат – күштік аппарат» арасындағы қатынас арқылы белгілейді. Бұл ең алдымен «бейбіт наразылық» ұғымының дереккөздерде орталық орын алуынан байқалады: адамдардың алаңға шығуы саяси емес, азаматтық реакция ретінде суреттеледі. Осы бастапқы позиция кейінгі бүкіл оқиға тізбегін анықтайды. Күш қолдану мұнда кездейсоқ немесе жағдайды бақылаудан шығару әрекеті емес, оқиғаның бағытын мүлде өзгерткен шешуші сәт ретінде көрінеді. «Ескертусіз оқ ату» тіркесі

дәл осы себептен мәтіндерде өте жиі кездеседі: ол тек болған фактіні ғана емес, билік тарапынан азаматқа жасалған құқықтық және моральдық үзілісті білдіреді.

Кейбір кездері адамдардың ұсталуынан кейінгі жағдайлар жеке трагедия немесе жекелеген қызметкерлердің «шектен шығуы» деп емес, қамауда болғандардың жүйелі азапталуы, қорлануы, құқықсыз қалдырылуы ретінде бейнеленеді. Азаптау туралы фрагменттерді қарапайым куәгерлердің немесе туыстарының сөзімен сипаттау олардың шынайылығын күшейтіп, бүкіл оқиға желісін дерексіз саяси даудан гөрі нақты адамдардың тағдыры арқылы баяндайды. Оқырман үшін назар орталығы мемлекетке төнген қауіп емес, қарапайым адамның бастан кешкен ауырлығы болып шығады. Осындай мәтіндік құрылым оқиғаны түсіндірудің өзіндік логикасын қалыптастырады. Онда қауіп мемлекетке емес, азаматқа төнген болып көрінеді; күштік аппарат әрекеті жауап шарасы емес, себептің өзі ретінде ұсынылады. Ал құрбан түсінігі жалпылама «институттарға» емес, тікелей адамдарға қатысты айтылады. Бұл тәсіл Қаңтар оқиғасын қоғамдық келісім мен адам құқығы тұрғысынан бағалауға мүмкіндік береді және оқырманды мемлекеттің рөліне емес, адамды адам ретінде емес, объект ретінде көрсету механизміне назар аудартуға бағыттайды.

Нәтижесінде екі түрлі баяндаудың айырмашылығы деректердің мазмұнынан ғана емес, деректердің қалай ұйымдастырылғанынан да көрініс табады. Мемлекеттік еңбектерде оқиғаны түсіндіру тәртібі қауіптің пайда болуынан басталып, күш қолданудың қажеттілігі арқылы ақталады және соңында мемлекетті сақтау қажеттілігімен бекітіледі. Ал тәуелсіз еңбектерде басты назар адам тағдырына ауысады, сол арқылы оқиға «мемлекетті қорғау» емес, «азаматтық құқықтың үзілуі» ретінде көрініс табады.

#### *Тәуелсіз дереккөздердегі адам құқығының бұзылуы және құрбанды айқындау фреймі*

Төрегожина мен Жовтистің «Ескертусіз қасақана оқ ату...» баяндамасы басынан-ақ өзін құқықтық баға беру құралы ретінде ұсынады. Мұнда әр фрейм нақты құқықтық категориялармен байланыстырылады, яғни заңсыз ұстау (негізсіз күдіктендіру, адвокатсыз тергеу), азаптау мен қатыгез қарым-қатынас, күш қолдану пропорционалдық принципін бұзу, сотқа дейінгі тергеудің формалды немесе біржақты өтуі.

Фреймдік құрылымның ерекшелігі – «бейбіт наразылық» пен «құқық бұзушылық» ұғымдарының қатар жүруі. Авторлар Қаңтар оқиғасының алғашында бейбіт сипаттағы шерулер болғанын, ал зорлық эпизодтары көбіне кейін, күш құрылымдарының реакциясына байланысты күшейгенін көрсетеді. Бұл көбіне мемлекеттік кітаптардағы «бастапқыдан-ақ террористік шабуыл» деген фреймге тікелей қарсы тұратын интерпретация. «Қасақана/ескертусіз оқ ату» фреймі баяндаманың атауының өзінде көрінеді. Жиілік (537 код) бұл ұғымның тек бір рет символикалық қолданылмағанын, керісінше, әртүрлі қалалардағы бірнеше эпизодтармен (көше, алаң, аулалар, жол бойы) байланыста жүйелі түрде суреттелгенін көрсетеді.

Төрегожина мен Жовтистің «Ескертусіз қасақана оқ ату...» баяндамасы өз табиғатынан-ақ Қаңтар оқиғасын құқықтық диагностика нысаны ретінде қарастырады. Фреймдік жиілік үлестірімі бұл бағытты нақты көрсетеді: «құқық бұзушылық» - 527 код, «азаптау» - 56 код, «қасақана / ескертусіз оқ ату» - 537 код, «бейбіт наразылық» - 322 код, «жәбірленуші» - 190 код.

Фреймдер заңсыз ұстау, адвокатсыз тергеу, пропорционал күш қолдану принципінің бұзылуы, азаптау мен қатыгез қарым-қатынас, сотқа дейінгі тергеудің формалды сипаты сияқты нақты құқықтық категориялар арқылы ашылады. «Бейбіт наразылық» пен «құқық бұзушылық» фреймдерінің қатар жүруі Қаңтардың алғашқы фазасында бейбіт сипат басым болғанын, ал күш

колдану эпизодтарының көбінің кейінгі репрессивтік реакциядан туындағанын көрсетеді. Бұл интерпретация мемлекеттік дискурстағы «оқиға бірінші күннен террористік шабуыл болды» деген фреймге түбегейлі қарсы келеді.

«Қасақана/ескертусіз оқ ату» фреймінің 537 рет кездесуі оның символдық емес, түрлі қаладағы нақты эпизодтарға сүйенетін жүйелі сипатқа ие екенін айғақтайды. Баяндамада Алматы, Шымкент, Қызылорда, Талдықорған қалаларындағы оқиғалар дербес құжатталып, ортақ репрессивті қайталанатын үлгі ретінде көрсетіледі.

Азаттық радиосының «Қанды Қаңтар құрбандары» кітабы төрт мәтін арасындағы ең антропоцентрлік дискурс. «Жәбірленуші» фреймінің 106 кодпен тіркелуі – құрбандар тарихына негізделген құрылымның айқын дәлелі. Сонымен қатар, «құқық бұзушылық» - 34 код, «қасақана/ескертусіз оқ ату» - 96, «азаптау» - 10, «бейбіт наразылық» - 90 рет кездеседі.

Кітаптың әр тарауы жеке адамның өмірі мен өліміне арналған: жасы, кәсібі, отбасы, оқиға географиясы, оқтың қай жерден тигені, мәйітті беру мен тергеу үдерісіндегі проблемалар. Мұндай тәсіл «жәбірленуші» категориясын абстракциядан шығарып, нақты бет-бейнесі бар азаматқа айналдырады. Бұл мемлекеттік дискурс белсенді қолданатын «террорист», «қылмыскер» сияқты жалпылама категориялардың риторикалық әсерін әлсіретеді.

Кітап жекелеген кейстер арқылы құқықтық бұзушылықтың әртүрлі формасын ашады: өлім жағдайының жасырылуы, тергеудің біржақтылығы, мәйітті берудегі кедергілер, марқұмдардың туған-туысына қысым. «Бейбіт наразылық» фреймі негізгі тақырып болмаса да, әр кейсте адамның митингіге не үшін шыққаны (баға, әділетсіздік, тұрмыс қиындығы) контекст ретінде беріледі.

Екі тәуелсіз дереккөзде Қаңтар ең алдымен адам, құқық және зардап категориялары арқылы түсіндірілетін оқиға. Ең жоғары жиілікті фреймдер – «жәбірленуші» мен «құқық бұзушылық». Бұл мәтіндер Қаңтарды қауіпке қарсы мемлекет әрекеті емес, азаматтардың құқығы бұзылған гуманитарлық және құқықтық дағдарыс ретінде сипаттайды.

Азаттық жобасының негізгі ерекшелігіне құрбандардың есімі мен тағдырына басымдық беруі жатады. Бұл «жәбірленуші/потерпевший» фреймінің жоғары жиілігімен дәлелденеді: 63 код – төрт кітап ішіндегі ең жоғары құрбан фреймі.

Кітап белгілі бір адамның өмірі мен өліміне арналған. Бейбіт наразылық» фреймі негізгі тақырып болмаса да, әр кейсте адамның митингіге не үшін шыққаны, қандай талап қойғаны және күш қолдану басталғанға дейінгі жағдайлар қысқаша сипатталады. Осы деректер арқылы «жәбірленуші» абстрактілі емес, жеке бет-жүзі бар адамға айналады. Бұл мемлекеттік мәтіндердегі «террорист», «бандит» деген жалпылама категорияны ыдыратады.

«Құқық бұзушылық» (34 код), «қасақана/ескертусіз оқ ату» (96), «азаптау» (10) фреймдері көбіне жекелеген кейстер арқылы ашылады. Оларға мәйітті уақытында бермеу немесе әдейі кешіктіру, өлімге әкелген нақты жағдайды жасыру немесе толық ақпарат бермеу, тергеу материалдарында «ЛРД» (құқыққа сай қолданылған күш) туралы стандартты, мазмұнсыз формулировкаларды қолдану, марқұмның туыстарына қысым көрсету немесе куәгерлік беруден бас тартуға итермелеу және оқиғаның «бейбіт митингіге қатысу» емес, «тәртіпсіздікке қатысу» ретінде ресімделуі.

«Бейбіт наразылық» фреймі («Қанды Қаңтар құрбандары» кітабында 18 код) негізгі тақырып болмаса да, әр кейсте адамның митингіге шығу себептері ретінде баға өсімі, әлеуметтік әділетсіздік, полиция қатігездігі, тұрмыс қиындығы секілді факторлар арқылы түсіндіретін контекст ретінде міндетті түрде беріледі. Тәсіл азаматты оқиғаның пассивті емес, саналы субъектісі ретінде көрсетіп, мемлекеттік дискурста жиі кездесетін «хаос» немесе «сыртқы күштердің ықпалы» деген интерпретацияға балама түрде ұсынады.

Тәуелсіз дереккөздердің екеуінде де Қаңтар ең әуелі «адам – құқық – зардап» үштігі арқылы ұғынылады. Жиіліктер мұны дәлелдейді: ең көп кодталған фреймдер – «құқық бұзушылық» және «жәбірленуші». Мәтіндер Қаңтарды қауіпке жауап ретінде емес, азаматтардың құқығы бұзылған гуманитарлық және құқықтық дағдарыс ретінде түсіндіреді.

*Оқиганы иелену үшін күрес: Ресми және тәуелсіз интерпретациялардың фреймдік қарсыласуы*

Жалпы сандық кодталған мәліметтер мен сапалық мазмұндық талдауды ұштастырғанда, қарастырылған төрт кітап Қаңтар оқиғасының медиалық-концептуалдық картасын екі айқын лагерьге бөледі. Бұл айырмашылық жекелеген терминдерден ғана емес, тұтас дискурстық архитектурадан, оқиғаны түсіндірудің мүлде әртүрлі координат жүйелерінен байқалады. Әр корпус Қаңтар оқиғасын өзіне тән құндылық, қауіп және жауап модельдері арқылы интерпретациялайды.

Мемлекеттік сипаттағы мәтіндерде фреймдердің доминант тобы тұрақты және идеологиялық тұрғыда бірізді. Олар «терроризм», «госпереворот» / мемлекеттік төңкеріс әрекеті, «мемлекеттілік», «Президент Тоқаев», «ҰҚШҰ». Көрсетілген фреймдер Қаңтарды ең алдымен мемлекетке қарсы бағытталған кешенді қауіп ретінде түсіндіреді. Наразылықтың әлеуметтік-экономикалық себептері дискурс шетіне ығыстырылып, басты назар «жүйені күйретуге ұмтылған ұйымдасқан күштер» тұжырымдамасына беріледі. Нарративтің орталық осі – мемлекеттің құлау қаупін еңсерген көшбасшы образы. Президент Тоқаевтың рөлі «қауіпті тоқтатқан шешуші тұлға» ретінде ұсынылады, ал ҰҚШҰ-ны шақыруы «сыртқы, бірақ легитимді қауіпсіздік тірегі» ретінде нормалданады. Осылайша фреймдік логика «мемлекет – жау – шешім – құтқарылу» схемасына жинақталады.

Тәуелсіз сипаттағы мәтіндерде фреймдік доминанта түбегейлі өзгеше. Олар: «жәбірленуші», «құқық бұзушылық», «азаптау», «қасақана/ескертусіз оқ ату», «бейбіт наразылық». Көрсетілген мәтіндер Қаңтарды құқықтық-гуманитарлық дағдарыс, яғни бейбіт азаматтарға қарсы жасалған ескертусіз, пропорционалсыз және заңсыз күш қолдану ретінде сипаттайды. Мұнда негізгі кейіпкерлер – билік емес, адамдар: оқ тиген, жоғалған, азапталған немесе әділ сотқа қол жеткізе алмаған жәбірленушілер. Әрбір трагедия жеке оқиға ретінде баяндалып, дерексіз «бұзақы», «тәртіпсіздік» сияқты категориалды ұғымдарды ыдыратады. Нәтижесінде Қаңтар оқиғасы «мемлекеттік қауіп» емес, адам тағдырының бүлінуі мен әділетсіздікке қарсы күрес контекстінде беріледі.

*Фреймдердің бірлескен көріну логикасы және нарративтік құрылымның жасалуы*

Қаңтар оқиғасы жөніндегі төрт кітапты салыстырмалы талдағанда, бұл құбылыс оқиғаның қалай түсіндірілетінін ғана емес, әр дискурстың қандай логикалық бағыт құратынын да айқын көрсетеді. Фреймдердің қатар жүруі белгілі бір сөздердің жай статистикасы емес, оқырманды белгілі бір түсіндірмеге бағыттайтын мағыналық механизм. Осы деңгейде әр кітап өзіне тән түсіндіру матрицасын құрып, оқиғаның мәнін толықтай басқа арнаға бұрады.

Мемлекеттік сипаттағы кітаптарда фреймдердің бірге көрінуі алдын ала жоспарланған және бірізді оқиғалық логика жасайтыны байқалады. Терроризм, мемлекеттік төңкеріс әрекеті және мемлекеттілік сияқты фреймдер жиі қабаттаса көрініп, Қаңтарды әлеуметтік наразылық емес, үйлестірілген, кәсіби ұйымдастырылған шабуыл ретінде сипаттайды. Осындай конфигурация оқырманға қауіп деңгейінің жоғары болғанын, күш қолдану шешімінің шұғыл қабылданғанын және мемлекеттің аман қалуы бірінші орынға шыққанын меңзейді. Мұндай мәтіндерде оқиға қашанда сырттан төнген қауіптің салдары ретінде елестетіледі, ал басты

әрекет етуші субъект президент пен қауіпсіздік құрылымдары болады. Бұл тәсіл оқиғаны мемлекеттің өзін-өзі қорғау рефлексі ретінде береді.

**Кесте 3.** «Қаңтар оқиғасы» туралы мемлекеттік және тәуелсіз нарративтердегі фреймдердің салыстырмалы құрылымы (Б.Ғабдуллин және Л.Млечин еңбектері негізінде)

| Рөл                          | Мемлекеттік бағыттағы кітаптар                     | Тәуелсіз бағыттағы кітаптар                              |
|------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Қауіп көзі (threat)</b>   | «терроризм», «қарулы топтар», «радикал күштер»     | «ескертусіз оқ ату», «азаптау», жүйелік күш қолдану      |
| <b>Құтқарушы (protector)</b> | мемлекет, Президент, күштік құрылымдар             | адвокаттар, құқық қорғаушылар, азаматтық қоғам           |
| <b>Құрбан (victim)</b>       | мемлекет, мемлекеттік тұрақтылық                   | азаматтар, бейбіт тұрғындар, ұсталғандар                 |
| <b>Кінәлі тарап (blame)</b>  | «сыртқы күштер», «арандатушылар», «радикал топтар» | мемлекеттік аппарат, күштік құрылымдар, тергеу органдары |

*Ескерту.* Автордың зерттеуі негізінде құрастырылды

Ал тәуелсіз сипаттағы кітаптарда назар қауіпке емес, адамның тағдырына, құқықтың бұзылуына, күштің пропорциясыздығына ауысады. Бейбіт наразылық, құқық бұзушылық, ескертусіз оқ ату сияқты фреймдер бір мәтіндік фрагмент ішінде жиі көрініп, Қаңтар оқиғасын ең алдымен азаматтық және құқықтық дағдарыс ретінде түсіндіреді. Бұл жерде оқиғаның өзі қандай күш қолданылғаны немесе қандай қауіп болғаны арқылы емес, сол күштің адамдарға тигізген зардабы арқылы баяндалады.

Тәуелсіз мәтіндердегі фреймдердің бірге көрінуі оқиғаның ішкі драматургиясын ашады. Көп жағдайда бастапқы эпизодта қарапайым азамат немесе бейбіт қатысушы көрінсе, келесі сәтте күштің бақылаусыз қолданылуы, содан кейін азаптау және құқық бұзушылық орын алады. Соңында оқиға құрбанның тағдыры арқылы аяқталады. Мұндай схемада басты мәселе мемлекетті сақтау емес, адамның құқығының қорғалмауынан туындайды. Тәуелсіз мәтіндердің логикасы құрылымдық түрде мемлекеттің емес, азаматтың әлеміне сүйенеді.

Осылайша фреймдердің бірге көріну үлгілері мемлекеттік және тәуелсіз нарративтердің екі түрлі көзқарасты құрып отырғанын нақты көрсетеді. Бірінде оқиға қауіптің алдын алу және мемлекетті қорғау призмасы арқылы оқылады. Екіншісінде азаматтың дауысы, құқығы және тағдыры бірінші орынға шығады. Фреймдік қатарласулар осылайша Қаңтар оқиғасын екі параллель тарихи жадыға бөледі: билік үшін бұл мемлекеттік тұрақтылықты сақтау сәті болса, тәуелсіз көзқарас үшін бұл адам тағдырлары қиылған, құқықтық тәртіп шайқалған кезең.

## Талқылау

Зерттеу Қаңтар оқиғасы туралы медиалық баяндаулардың екі түрлі ақпараттық режим (мемлекеттік және тәуелсіз медиада) қалай құрылатынын салыстыру арқылы Қазақстандағы легитимділік дағдарысы мен зорлық дискурсының табиғатын түсіндіруге мүмкіндік берді.

Алынған деректер көрсеткендей, мемлекеттік медиа дағдарысты ұлттық қауіпсіздік, тәртіпсіздік, терроризм және сыртқы қауіп фреймдері арқылы түсіндіреді. Мұндай тәсіл авторитарлық медиа жүйелеріне тән, себебі билік институттары ақпараттық күн тәртібін бақылау арқылы саяси тұрақтылықты сақтауды көздейді (Aday, 2015; Gunitsky, 2018).

Зерттеу нәтижесі Троицкий және әріптестері (2023) көрсеткен тенденцияларды растайды: дағдарыс кезеңінде Қазақстандағы ресми дискурс қоғамдық тәртіп пен қауіпсіздікті ең жоғарғы құндылық ретінде ұсына отырып, азаматтық қатысуды және мемлекеттік күш қолдану мәселелерін екінші жоспарға ысырады. Бұл тәсіл Edelman (1993) сипаттаған «symbolic politics» логикасына сәйкес келеді, яғни билік саяси шынайылықты ақпараттық интерпретациялар арқылы қайта құруға тырысады.

Тәуелсіз және халықаралық медиа керісінше, Қаңтар оқиғасын жаппай қарсылық, қоғамдық наразылық, мемлекеттік күш қолдану, құқық бұзушылықтар, құрбандар, азаптау фактілері сияқты фреймдермен сипаттайды. Азаттық Радиосы, Human Rights Watch, Amnesty International және басқа да құқық қорғаушылар оқиға барысындағы зорлықты, атыс кезінде қаза тапқандарды, ұсталғандарға жасалған қысымды негізгі зерттеу нысанына айналдырған. Бұл Narayanasamy (2020) атап көрсеткен «rights-based framing» үлгісіне сәйкес келеді: медиа мемлекеттің жауапкершілігі мен адам құқықтары мәселесін алдыңғы қатарға қояды.

Мемлекеттік және тәуелсіз медианың фреймдік айырмашылықтары ақпараттық кеңістіктегі нарративтік бәсекелестікті айқын көрсетеді. Мемлекеттік медиа «террорист», «қарулы топтар», «шеттен басқарылған бүлік» деген лексиканы қолдану арқылы бұл оқиғаны саяси емес, қауіпсіздік дағдарысы ретінде көрсетсе, тәуелсіз медиа дәл осы қауіпсіздік фреймдерін сұрақ астына алып, оқиғаның әлеуметтік-экономикалық себептерін, халық наразылығының эволюциясын, шынайы құрбандар санын және мемлекеттік күштің шамадан тыс қолданылуын басты фокусқа шығарады.

Бұл қарама-қайшылық Entman (2003) айтқан «framing contest» түсінігіне сай келеді. Екі ақпараттық тарап та оқиғаның мәнін айқындау үшін күреседі, бірақ олар тең жағдайларда әрекет етпейді: мемлекеттік медиа институционалдық және саяси артықшылыққа ие. Қазақстандағы медиалық құрылым «limited access order» сипатында (North et al., 2007; Cooley & Heathershaw, 2017), сондықтан ақпараттық гегемония көбіне мемлекет жағында.

Алайда зерттеу көрсеткендей, балама медиа да өз аудиториясын кеңейтіп, мемлекеттік нарративтерге қарсы дискурстық кеңістік қалыптастыруда. Азаттық Радиосы, қоғам белсенділері және тәуелсіз журналистер ұсынған деректер Қаңтар оқиғасының ресми интерпретациясы толық емес екенін көрсетеді. Бұл болжамды Troitskiy (2023) де растайды. Сарапшылардың әлеуметтік желідегі пікірлері ресми дискурстан айтарлықтай айырмашылық танытады.

Жалпы, табылған нәтижелер Қазақстандағы ақпараттық кеңістіктің фрагменттелген, асимметриялы және бәсекелі екенін дәлелдейді. Мемлекеттік медиа легитимділік пен тұрақтылықты алға тартса, тәуелсіз медиа зорлық пен құқық бұзушылықты көрсетеді.

Қаңтар оқиғасына арналған мемлекеттік сипаттағы екі кітаптың фреймдік құрылымы халықаралық медиа зерттеулерінде кеңінен сипатталған протест парадигмасы (protest paradigm) үлгісімен тығыз сәйкес келеді. Протест парадигмасы – билікке жақын медиа мен ресми авторлардың кез келген наразылықты саяси субъектілік немесе азаматтық талап емес, қауіп, тәртіпсіздік, экстремизм категориялары арқылы түсіндіру үрдісі.

Млечин мен Ғабдуллиннің мәтіндерінде дәл осы логика үстемдік құрады. Олар Қаңтар оқиғасына қатысқандардың әлеуметтік себептері мен талаптарын талдаудан гөрі, оқырман назарын «террористік топтар», «бандиттер», «сырттан басқарылатын күштер» сияқты лексикаға

аударарды. Осы тілдік тәсіл оқиғаның азаматтық табиғатын көмескілеп, наразылықты «қауіпті элементтердің» әрекеті ретінде сипаттайды.

Осы стратегия делегитимациялау механизмі ретінде жұмыс істейді: бейбіт наразылық мемлекетті әлсіретуді көздеген күштердің құралы болып көрінеді. Соның нәтижесінде күш қолдану, ескертусіз оқ ату сияқты ең даулы шешімдер – «қажетті», «дер кезінде жасалған» немесе «жалғыз дұрыс шешім» ретінде ақталуға мүмкіндік алады.

Мемлекеттік екі кітапта күн тәртібін белгілеу стратегиясы айқын көрініс табады. Фреймдік жиілікке жасалған талдау нәтижесі «терроризм», «мемлекеттік төңкеріс», «мемлекеттілік», «қауіпсіздік» сияқты ұғымдардың басым қолданылғанын көрсетті. Ал адам құқықтары, азаптау фактілері, бейбіт митинг, құрбандардың жеке оқиғалары секілді альтернативті фреймдер күн тәртібінен мүлде ығыстырылады. Мұндай тәсіл гибриді немесе авторитарлық режимге тән ақпараттық басқару үлгісіне сай келеді. Билікке жақын авторлар оқиғаға мемлекет үшін ең пайдалы түсіндірмені «негізгі шындық» ретінде бекітіп, басқа интерпретацияларды шеттетеді. Мемлекеттік кітаптарда Қаңтар оқиғасы қоғамды қорғау үшін қабылданған «қажетті күш» ретінде көрсетіліп, күш қолданудың саяси салдары нормаға айналдырылады.

Ресми нарративке қарсы түсіндірмені тәуелсіз екі кітап қалыптастырады. Төрегожина мен Жовтис кітабында құқықтық аргументацияға сүйенген нақты деректер топтастырылған: қаза болғандардың саны, жарақат түрлері, азаптау хаттамалары, сот пен тергеу барысындағы заң бұзушылықтар мұрағаттық дәлелдермен көрсетіледі. Бұл материалдар «тәртіпті қалпына келтіру» риторикасының артында тұрған құқық бұзушылықтардың жүйелі сипатын ашып береді. Олар адамға негізделген фрейм тұрғысынан моральдық және эмоциялық қарсы фрейм жасайды. Онда әрбір жәбірленушінің аты-жөні, жасы, кәсібі, отбасы, оқ тиген орны, медициналық қорытындысы жеке тараумен берілген. Зерттеу тәсілі мемлекеттік дискурс қалыптастырған «террорист» бейнесін ыдыратып, оқиға ортасына адам тағдырын, моральдық шығынды және қоғамдық әділеттілікті шығарады. Осылайша тәуелсіз кітаптар мемлекеттің күш қолдануын саяси ақтау емес, құқықтық бағалау тұрғысынан түсіндіретін балама ақпараттық өріс қалыптастырады.

## Қорытынды

Бұл зерттеу Қаңтар оқиғасын сипаттайтын төрт түрлі кітапты фреймдік талдау арқылы салыстырып, олардың әрқайсысы қоғамға мүлде бөлек түсіндірме ұсынатынын көрсетті. Екі мемлекеттік мәтін (Л. Млечин, Б. Ғабдуллин) мен екі тәуелсіз мәтін (Төрегожина-Жовтис, Азаттық радиосының «Қанды Қаңтар құрбандары») бір тарихи оқиғаны әртүрлі ұғымдар, бағалау тетіктері және басымдықтар арқылы қайта құрады.

Мемлекеттік сипаттағы екі кітапта Қаңтар ең алдымен қауіп пен тұрақсыздықтың символы ретінде ұсынылады. Мұнда Қаңтар оқиғасы – мемлекеттіліктің шайқалуы мүмкін болған сыни сәт, ал Президент пен күш құрылымдарының әрекеті – мемлекетті сақтап қалған шешуші фактор ретінде көрінеді. Наразылардың әлеуметтік талаптары, бейбіт сипаты немесе адам құқықтарына қатысты мәселелер кейінге ысырылады. Керісінше, оқиға сыртқы және ішкі жаулардың ұйымдасқан шабуылы ретінде беріліп, қауіпсіздік дискурсы басымдыққа ие болады.

Ал тәуелсіз бағыттағы екі мәтінде Қаңтар оқиғасы – адам тағдыры мен азаматтық құқық өлшемінде қарастырылатын трагедия. Төрегожина-Жовтис баяндамасында оқиға құқық нормаларының жүйелі бұзылуы, азаптау тәжірибесінің кең таралуы және күштің пропорциясыз қолданылуы арқылы талданады. Ал Азаттықтың «Қанды Қаңтар құрбандары» кітабында әр

оқиға жеке адамның өмірі, өлімі және отбасының әрі қарайғы күресі арқылы көрсетіліп, Қаңтар ең алдымен адам шығыны мен әділетсіздіктің символына айналады.

Осы екі бағытты қатар қойғанда, Қаңтар оқиғасы туралы қоғамдық жадының параллель екі траекторияда қалыптасып жатқанын көреміз. Бір траекторияда Қаңтар оқиғасы – «құтқарылған мемлекеттілік» болса, екіншісінде «жәбірленушілер мен құқықсыздық» баяндалады. Осы екі логика қоғамда, медиада және саяси пікірталаста өзара бәсекелесіп, оқиғаның заңдылығын, себептерін және салдарын әртүрлі түсіндіреді.

Күн тәртібін қалыптастыру және желілік (тораптық) күн тәртібін қалыптастыру тұрғысынан қарағанда, аталған кітаптар тек өткенді баяндап қоймайды, сонымен бірге Қаңтар жайлы болашақтағы қоғамдық қабылдау мен саяси дискурсқа ұзақмерзімді бағыт береді. Мемлекеттік кітаптар қауіпсіздік, терроризм, тұрақтылық тораптарын күшейтсе, тәуелсіз мәтіндер құқық, әділет, құрбан, халықаралық стандарттар тораптарын алға шығарады. Осылайша, Қаңтар туралы әрбір мәтін – жады үшін, оқиғаның моральдық бағасы үшін және легитимді интерпретация үшін жүріп жатқан күрестің бөлігі. Бұл оқиға Қазақстан қоғамында біркелкі түсіндірілмейтін, керісінше өзара бәсекелес екі ірі фреймдік жүйенің арасында тұрған күрделі тарихи оқиға. Мемлекеттік және тәуелсіз мәтіндердің құрылымдық айырмашылығы тек риторикалық емес, дүниетанымдық деңгейдегі айырмашылықты білдіреді. Мұндай фреймдік қақтығыс алдағы жылдары да Қаңтар төңірегіндегі қоғамдық пікірдің поляризациясын анықтай бермек.

### Пайдаланылған әдебиеттер

- Азаттық радиосы. (2022). Қанды Қаңтар құрбандары. Prague: RFE/RL. <https://www.azattyq.org/a/qandy-qantar-qurbandary-2022/31874931.html>
- Boin, A., 't Hart, P., Stern, E., & Sundelius, B. (2009). Crisis exploitation: Political and policy impacts. *Public Administration*, 87(2), 284-297. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2008.01738.x>
- Budd, R., Craig, G., & Steinman, C. (1999). *Consuming media: Communication, shopping and everyday life*. Berg Publishers.
- Collins, K. (2006). *Clan politics and regime transition in Central Asia*. Cambridge University Press.
- Edelman, M. (1993). Contestable categories and public opinion. *Political Communication*, 10(3), 231-242. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962981>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2003). Cascading activation: Contesting the White House's narrative control. *Political Communication*, 20(4), 415-432. <https://doi.org/10.1080/10584600390244176>
- Ғабдуллин, Б. (2023). *Қаңтар-22: Неудавшийся госпереворот и пробуждение нации*. Астана.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press. [https://monoskop.org/images/1/1e/Goffman\\_Erving\\_Frame\\_Analysis.pdf](https://monoskop.org/images/1/1e/Goffman_Erving_Frame_Analysis.pdf)
- Greene, S. (2014). Information, repression, and polarization in authoritarian regimes. *Comparative Political Studies*, 47(11), 1590-1623. <https://doi.org/10.1177/0010414013512604>
- Heathershaw, J., & Schatz, E. (2017). The rise of authoritarianism in Central Asia. *Perspectives on Politics*, 15(2), 341-357. <https://doi.org/10.1017/S1537592717000119>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon.

- Human Rights Watch. (2022). "Shoot to kill": Abuses during the January events in Kazakhstan. HRW. <https://www.hrw.org/report/2022/12/06/shoot-kill/abuses-during-january-events-kazakhstan>
- Ibadildin, N., & Primiano, C. (2024). Understanding 'Bloody January' 2022: A 'Limited Access Order' in Kazakhstan. *Asian Affairs*, 55(4), 623-647. <https://doi.org/10.1080/03068374.2024.2427371>
- Isaacs, R. (2011). Informational autocracy in Central Asia. *Post-Soviet Affairs*, 27(3), 237-253. <https://doi.org/10.2747/1060-586X.27.3.237>
- Karibayeva, A., Lemon, E. (2023). From Qandy Qantar to Tragic January: State Framing of the January Events. In: Caron, JF. (eds) *A Revolt in the Steppe. The Steppe and Beyond: Studies on Central Asia*. Palgrave Macmillan, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-0783-0\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-99-0783-0_4)
- Kudaibergenova, D. (2022). *Making sense of the January 2022 protests in Kazakhstan: Failing legitimacy, culture of protests and elite readjustments*. University of Cambridge.
- Laruelle, M. (2015). The three discourses of state identity in Kazakhstan. *Europe-Asia Studies*, 67(1), 78-97. <https://doi.org/10.1080/09668136.2014.985312>
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- North, D.C., Wallis, J.J., Webb, S.B., & Weingast, B.R. (2007). Limited Access Orders in the Developing World: A New Approach to the Problems of Development, The World Bank, Policy Research Working Paper 4359. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/906591468315558892/pdf/WPS4359.pdf>
- Млечин, Л. (2022). *Трагический январь: Президент Токаев и извлечение уроков*. Москва.
- Pleines, H. (2023). Media control in authoritarian regimes. *Post-Soviet Affairs*, 39(2), 145-162. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2023.2180149>
- Roberts, S., & Zhemukhov, S. (2020). *Information politics in authoritarian states*. Oxford University Press.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming revisited. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Төлегенова, Б., & Жовтис, Е. (2022). *Ескертусіз қасақана оқ ату*. Алматы: Human Rights Bureau. [https://tirek.info/wp-content/uploads/2023/06/Qantar2022\\_05June2023\\_KAZ\\_final.pdf](https://tirek.info/wp-content/uploads/2023/06/Qantar2022_05June2023_KAZ_final.pdf)
- Troitskiy, E., Pogorelskaya, A., & Blagin, A. (2024). Kazakhstan's January 2022 crisis: Representations by national experts via social media. *Journal of Eurasian Studies*. 15(2), 227-238. <https://doi.org/10.1177/18793665231212575>
- Zhu, J. & Mukhin, N. (2021). The Modern Regency: Leadership Transition and Authoritarian Resilience of the Former Soviet Union and China. *Communist and Post-Communist Studies*. 54(1-2). 24-44. <https://doi.org/10.1525/j.postcomstud.2021.54.1-2.24>

## References

- Azattyq radiosy. (2022). *Qandy Qantar qurbandary* [Victims of Bloody January]. Prague: RFE/RL. <https://www.azattyq.org/a/qandy-qantar-qurbandary-2022/31874931.html>
- Boin, A., 't Hart, P., Stern, E., & Sundelius, B. (2009). Crisis exploitation: Political and policy

- impacts. *Public Administration*, 87(2), 284-297. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2008.01738.x>
- Budd, R., Craig, G., & Steinman, C. (1999). *Consuming media: Communication, shopping and everyday life*. Berg Publishers.
- Collins, K. (2006). *Clan politics and regime transition in Central Asia*. Cambridge University Press.
- Edelman, M. (1993). Contestable categories and public opinion. *Political Communication*, 10(3), 231-242. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962981>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2003). Cascading activation: Contesting the White House's narrative control. *Political Communication*, 20(4), 415-432. <https://doi.org/10.1080/10584600390244176>
- Gabdullin, B. (2023). Qantar-22: Neudavshiisya gosperevorot i probuzhdenie natsii. [January-22: A Failed Coup and the Awakening of the Nation]. Astana
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press. [https://monoskop.org/images/1/1e/Goffman\\_Erving\\_Frame\\_Analysis.pdf](https://monoskop.org/images/1/1e/Goffman_Erving_Frame_Analysis.pdf)
- Greene, S. (2014). Information, repression, and polarization in authoritarian regimes. *Comparative Political Studies*, 47(11), 1590-1623. <https://doi.org/10.1177/0010414013512604>
- Heathershaw, J., & Schatz, E. (2017). The rise of authoritarianism in Central Asia. *Perspectives on Politics*, 15(2), 341-357. <https://doi.org/10.1017/S1537592717000119>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon.
- Human Rights Watch. (2022). "Shoot to kill": Abuses during the January events in Kazakhstan. HRW. <https://www.hrw.org/report/2022/12/06/shoot-kill/abuses-during-january-events-kazakhstan>
- Ibadildin, N., & Primiano, C. (2024). Understanding 'Bloody January' 2022: A 'Limited Access Order' in Kazakhstan. *Asian Affairs*, 55(4), 623-647. <https://doi.org/10.1080/03068374.2024.2427371>
- Isaacs, R. (2011). Informational autocracy in Central Asia. *Post-Soviet Affairs*, 27(3), 237-253. <https://doi.org/10.2747/1060-586X.27.3.237>
- Karibayeva, A., Lemon, E. (2023). From Qandy Qantar to Tragic January: State Framing of the January Events. In: Caron, JF. (eds) *A Revolt in the Steppe. The Steppe and Beyond: Studies on Central Asia*. Palgrave Macmillan, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-0783-0\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-99-0783-0_4)
- Kudaibergenova, D. (2022). *Making sense of the January 2022 protests in Kazakhstan: Failing legitimacy, culture of protests and elite readjustments*. University of Cambridge.
- Laruelle, M. (2015). The three discourses of state identity in Kazakhstan. *Europe-Asia Studies*, 67(1), 78-97. <https://doi.org/10.1080/09668136.2014.985312>
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- North, D.C., Wallis, J.J., Webb, S.B., & Weingast, B.R. (2007). Limited Access Orders in the Developing World: A New Approach to the Problems of Development, The World Bank, Policy Research Working Paper 4359. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/906591468315558892/pdf/WPS4359.pdf>
- Mlechin, L. (2022). Tragicheskii yanvar': Prezident Tokayev i izvlechenie urokov. [Tragic January: President Tokayev and Lessons Learned]. Moscow
- Pleines, H. (2023). Media control in authoritarian regimes. *Post-Soviet Affairs*, 39(2), 145-162. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2023.2180149>

- Roberts, S., & Zhemukhov, S. (2020). *Information politics in authoritarian states*. Oxford University Press.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming revisited. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Tolegenova, B., & Zhovtis, E. (2022). Eskertusiz kasakana ok atu. [Deliberate shooting without warning]. Human Rights Bureau. [https://tirek.info/wp-content/uploads/2023/06/Qantar2022\\_05June2023\\_KAZ\\_final.pdf](https://tirek.info/wp-content/uploads/2023/06/Qantar2022_05June2023_KAZ_final.pdf)
- Troitskiy, E., Pogorelskaya, A., & Blaginina, A. (2024). Kazakhstan's January 2022 crisis: Representations by national experts via social media. *Journal of Eurasian Studies*. 15(2), 227-238. <https://doi.org/10.1177/18793665231212575>
- Zhu, J. & Mukhin, N. (2021). The Modern Regency: Leadership Transition and Authoritarian Resilience of the Former Soviet Union and China. *Communist and Post-Communist Studies*. 54(1-2). 24-44. <https://doi.org/10.1525/j.postcomstud.2021.54.1-2.24>

IRSTI: 19.21.07

## A Comparative Analysis of Media Frames of the January 2022 Events in State and Independent Media Discourse

Bagdat Sultanqyzy  
SDU University, Kaskelen, Kazakhstan  
email: [241308002@sdu.edu.kz](mailto:241308002@sdu.edu.kz)

### Abstract

This study offers a comparative analysis of framing and narrative structures in four key book-length publications on Kazakhstan's January 2022 events: Leonid Mlechin's «Tragic January: President Tokayev and Lessons Learned», Bigeldy Gabdullin's «January-22: A Failed Coup and the Awakening of the Nation», the human rights report «Deliberate Shooting without Warning» edited by Bakytzhan Toregozhina and Evgeniy Zhovtis, and Azattyq Radio's volume «Victims of Bloody January». This article offers a comparative analysis of framing and narrative structures in four major publications on Kazakhstan's January 2022 events. The study investigates how state-aligned and independent sources construct interpretive frames, highlight key actors, and shape the meaning of the events.

Using content analysis, frame analysis, and qualitative discourse analysis (including frame co-occurrence), over 1,000 coded units were examined across the four texts. This enabled the mapping of core thematic domains such as threat, statehood, rights, repression, victimhood, coup, and terrorism.

The findings demonstrate that state-oriented publications predominantly use the frames of threat, coup attempt, terrorism, and statehood, placing President Tokayev at the center and portraying January as an «organized attack aimed at destabilizing the state». Independent sources emphasize victimhood, rights violations, torture, shooting without warning, and peaceful protest, representing the events as a «humanitarian and human-rights crisis caused by excessive state force».

Co-occurrence analysis reveals two divergent causal logics: the state narrative follows the chain «threat – force – preservation of the state», whereas the independent narrative proceeds through «citizen – disproportionate force – rights violation – victim». These differences reflect broader tensions around legitimacy,

information control, and symbolic power in Kazakhstan.

**Keywords:** January events, framing, agenda-setting, media narrative, state and independent media, human rights.

МРНТИ: 19.21.07

## Сравнительный анализ фреймов Январских событий в государственном и независимом медиадискурсе

Сұлтанқызы Бағдат

SDU University, Каскелен, Казахстан

email: [241308002@sdu.edu.kz](mailto:241308002@sdu.edu.kz)

### Аннотация

Данное исследование представляет собой сравнительный анализ фреймовых и нарративных структур в четырёх ключевых изданиях о событиях Января 2022 года в Казахстане: книге Леонида Млечина «Трагический январь. Президент Токаев и извлечение уроков», работе Бигельды Габдуллина «Қаңтар-22: Неудавшийся государственный переворот и пробуждение нации», отчёте Б.Төрегожиной и Е.Жовтиса «Ескертусіз қасақана оқ ату...» и книге Радио Азаттык «Қанды Қаңтар құрбандары». Целью исследования выступает выявление различия в интерпретационных рамках государственных и независимых источников, определить ключевых акторов и основные смысловые конструкции события.

Методология включает контент-анализ, фрейм-анализ и качественный дискурс-анализ с учётом совместной встречаемости фреймов (со-осцигенсе). Всего зафиксировано более 1000 кодов, позволяющих проследить частотность и взаимосвязь тематических полей – «угроза», «государственность», «репрессия», «права», «жертва», «госпереворот», «терроризм» и др.

Результаты показывают, что государственные издания формируют интерпретацию Января через доминирующие фреймы «угроза», «госпереворот», «терроризм», «государственность» и фигуру «Президента Токаева», представляя события как «организованную атаку против государства». В независимых текстах преобладают фреймы «жертва», «нарушение прав», «пытки», «предупредительный/преднамеренный огонь», «мирный протест», что задаёт трактовку Января как «правозащитного и гуманитарного кризиса из-за непропорционального применения силы».

Анализ со-осцигенсе выявил две противоположные причинно-следственные схемы: государственный дискурс строится по модели «угроза – сила – сохранение государства», тогда как независимый – по цепочке «гражданин – непропорциональная сила – нарушение прав – жертва». Это демонстрирует не только различие интерпретаций, но и конфликт базовых представлений о государстве, гражданине и легитимности.

Выводы исследования указывают на то, что медианарративы о Январе отражают более широкий кризис легитимности, особенности авторитарного информационного управления и конкуренцию за символическую власть. Фреймовые структуры становятся ключевым индикатором борьбы интерпретаций и важным фактором формирования будущей исторической памяти о событиях Января.

**Ключевые слова:** Январские события, фрейминг, формирование и обозначение общественной повестки дня, медианарратив, государственные и независимые медиа, права человека.

*Келін түсті: 15 қараша, 2025 жыл  
Қабылданды: 29 желтоқсан, 2025 жыл*

DOI: <https://doi.org/10.47344/sdubss.v57i1.001>

MPHTI: 06.71.07

## **Личность основателя как бренд компании: роль социальных сетей в продвижении и формировании репутации малого бизнеса на примере кондитерской отрасли**

Тукембаева Кыял

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

email: [tkyyal@gmail.com](mailto:tkyyal@gmail.com)

### **Аннотация**

Исследование посвящено анализу роли личного бренда основателя в продвижении малого бизнеса в социальных сетях на примере компании «Макаронная от Сабины». Основная цель работы заключается в определении того, каким образом личная идентичность и публичная активность создательницы бренда Сабины Темиралиевой формируют репутационный капитал компании, влияют на восприятие продуктов и определяют динамику развития бизнеса в Кыргызстане и Казахстане.

Методология исследования сочетает полуструктурированные интервью с топ-менеджером и независимым маркетологом, контент-анализ социальных сетей, изучение видеоматериалов, а также полевое наблюдение в торговых точках бренда. Такой подход позволяет выявить механизмы эмоциональной коммуникации, визуальной идентичности и вовлечённости аудитории.

Результаты показывают, что личный бренд Сабины стал центральным драйвером узнаваемости и роста компании. Её стиль, эмоции, визуальные решения и медийное присутствие определяют тон коммуникаций и служат источником доверия аудитории. Продуктовые инновации, ситуативный маркетинг, использование популярных персонажей, парасоциальные отношения и активная обратная связь усиливают эмоциональную ценность бренда и формируют устойчивое сообщество. Вместе с тем анализ выявляет стратегические риски: высокая зависимость бренда от личности основательницы снижает предсказуемость процессов и усложняет масштабирование. На основе модели Personal Brand Equity исследование подчёркивает необходимость балансировать между персонализированностью и институциональной устойчивостью. С практической точки зрения работа показывает, что эмоциональная коммуникация, визуальная консистентность и персонализированный подход являются ключевыми факторами успеха кондитерских брендов в Центральной Азии. В то же время для долгосрочного роста требуется развитие корпоративного бренда, укрепление внутренних стандартов и постепенное разделение личной и организационной идентичности.

**Ключевые слова:** личный бренд, корпоративная идентичность, социальные сети, кондитерская индустрия, малый бизнес, эмоциональный маркетинг.

### **Введение**

В последние два десятилетия в научных исследованиях усилился интерес к тому, как цифровая среда трансформирует механизмы продвижения малого бизнеса и формирование корпоративной репутации. Социальные сети стали не просто инструментом коммуникации, но пространством, где пересекаются маркетинг, визуальная культура и повседневные практики самопрезентации. В этой среде особое значение приобретает фигура основателя, чья личная

идентичность, ценности и стиль общения становятся непосредственной частью бренда компании. Для малых предприятий такая взаимосвязь особенно заметна: отсутствие крупных рекламных бюджетов компенсируется медийностью предпринимателя, а доверие аудитории строится вокруг эмоциональной открытости и аутентичного присутствия в цифровых пространствах. Параллельно растёт внимание к феномену персонального брендинга, который в ряде работ рассматривается как репутационный ресурс, сопоставимый по значимости с корпоративным капиталом. Исследователи отмечают, что личный бренд предпринимателя способен выполнять функции, связанные с построением доверия, дифференциацией на рынке, формированием устойчивой аудитории и повышением воспринимаемой ценности продукта. Однако остается открытым вопрос о том, как именно личная медийность трансформируется в корпоративный актив и какие ограничения возникают по мере роста компании. В особенности это касается малого бизнеса в странах Центральной Азии, где рынок цифрового контента динамично развивается, но академическое изучение локальных кейсов все еще ограничено.

Кондитерская отрасль представляет собой особый пример взаимодействия эмоциональной эстетики и цифрового продвижения: визуальная природа продукта делает социальные сети ключевым каналом его восприятия. В этом контексте компании, выстроенные вокруг личности основателя, демонстрируют гибридную модель брендинга, где личная история, эмоции и индивидуальный стиль становятся частью бизнес-идентичности. На этом фоне кейс «Макаронной от Сабины» является показательным: он отражает характерную для цифровой экономики динамику стремительного роста за счет харизмы основательницы, а также связанные с этим вызовы такие, как необходимость институционализации, укрепления устойчивости бренда и поиска баланса между индивидуальным и корпоративным началом.

## Обзор литературы

В последние годы в научных исследованиях усиливается интерес к роли социальных медиа в продвижении брендов, а также к влиянию личного бренда основателя на восприятие малого предпринимательства. Эти направления тесно взаимосвязаны, так как в малых фирмах продвижение продукта всё чаще опирается на личность создателя, его ценности и стиль коммуникации в цифровой среде.

Социальные сети играют ключевую роль в продвижении кондитерской продукции благодаря высокой визуальной составляющей продукта и эмоциональной вовлечённости аудитории. Исследование Чжан и соавторов (2022) предлагает системно-динамическую модель эмоциональной коммуникации бренда, показывающую, что эмоциональная реакция аудитории выступает связующим звеном между активностью бренда и спросом на новый продукт. Авторы подчёркивают, что эмоциональность усиливает восприятие бренда, а персонализированное общение особенно помогает малым и новым компаниям компенсировать недостаточную узнаваемость.

Работы авторов из Центральной Азии подтверждает данную тенденцию. Азларова (2022), анализируя кондитерский сектор Узбекистана, отмечает, что визуальная привлекательность и культурная релевантность являются ключевыми элементами успешной цифровой коммуникации. Сыздыкова (2024) в контексте корпоративного брендинга в Центральной Азии подчеркивает, что успешность SMM (маркетинг в социальных сетях) в регионе зависит от эмоциональной вовлечённости и доверительных отношений со стороны аудитории. Исследование Акматбекова и коллег (2021) показывает, что в локальном контексте эффективные рекламные стратегии в социальных сетях строятся вокруг персонализации,

визуально привлекательного контента и активной коммуникации с пользователями.

Международные исследования подтверждают значимость эмоциональных стратегий. В систематическом обзоре Уддина (2021) подчёркивается, что эстетичность и сторителлинг повышают эмоциональную лояльность пользователей и закрепляют интерес к бренду. В работе Вртана и Крижанова (2023) показано, что эмоциональные рекламные обращения усиливают долгосрочную привязанность к бренду и стимулируют более глубокую вовлечённость аудитории. Юань и Лоу (2020), исследуя парасоциальные отношения между лидерами мнений и пользователями, отмечают, что достоверность источника и понятность коммуникации усиливают интерес к продвигаемым продуктам, что делает данный подход релевантным для предпринимателей, выступающих от лица собственного бренда.

Коммуникационные механики также играют значительную роль. Возняковский (2018) демонстрирует, что конкурсы и элементы геймификации успешно используются кондитерскими брендами для стимулирования активности пользователей. Исследование Цзы Ци Жи и коллег (2023), основанное на данных развивающихся рынков, показывает прямую зависимость между активностью в социальных сетях и ростом ценности бренда. Это подтверждает, что регулярная и содержательная коммуникация является важным фактором укрепления репутационной и рыночной силы бренда.

Вторая группа исследований касается личного бренда как стратегического ресурса. Значимый вклад в теоретическое осмысление этого феномена внесли исследования Горбатов, Хапова и Лысова (2018; 2019; 2021). Именно они предложили изучить всесторонние аспекты «личного брендинга» и дали определение. Согласно их определению, личный брендинг – это стратегический процесс создания, позиционирования и поддержания позитивного впечатления о себе, основанное на уникальной комбинации индивидуальных характеристик, которые дают обещания целевой аудитории через дифференциальные нарративы и образы (Gorbatov, Kharova и Lysova, 2018). Так же ими было дано определение термина «личный бренд», как набор характеристик личности (атрибутов, ценностей, убеждений и т. д.), представленных в виде дифференцированного повествования и образов с целью создания конкурентного преимущества в сознании целевой аудитории, то есть в отличие от «личного брендинга», определенного, как процесс, « личный бренд» определен, как продукт. В той же статье определены ключевые атрибуты личного брендинга: стратегический, позитивный, обещающий, личностно-ориентированный и искусственный. Авторы предположили, что эффективный личный брендинг ведет к значимой самооценке, усиливающие карьерные возможности и профессиональную устойчивость людей.

Другие исследователи определяют «личный брендинг», как стратегический процесс, посредством которого люди позиционируют себя, чтобы выделиться и добиться карьерного роста и успеха в бизнесе (Санто, 2025).

В дальнейших исследованиях Горбатов, Хапова и Лысова (2019; 2021) валидировали модель *Personal Brand Equity* – капитал личного бренда (PBE), которая трактует личный бренд как совокупность репутационных характеристик, включающих ясность самопрезентации, дифференциацию и воспринимаемую достоверность. В свою очередь Санто и коллеги дополняют данную модель такими факторами, как *external-PBE* (внешний капитал личного бренда) и *self-PBE* (внутренний капитал личного бренда). Они также расширяют характеристики, определяющие личный бренд: (1) видимость, (2) авторитетность, (3) дифференциация, (4) присутствие online, (5) профессиональный нетворкинг, (6) репутация. Авторы подчеркивают, что эти элементы объединяют внутренние и внешние аспекты бренда – то, как человек сам оценивает свой имидж (*self-PBE*), и то, как его воспринимает аудитория

(*external-PBE*). Для настоящего исследования подход Санто и коллег особенно релевантен, так как он позволяет рассматривать личный бренд основателя малого бизнеса как репутационный актив, измеряемый по аналогии с корпоративным брендом, но в человеческом выражении.

Горбатов и коллеги (2021) отмечают, что сильный личный бренд способен усиливать доверие аудитории к продуктам, мероприятиям и профессиональной деятельности, с которыми ассоциируется бренд-носитель. Личный бренд в таком случае выступает репутационным активом, способным усиливать доверие аудитории и повышать лояльность клиентов. Это согласуется с наблюдениями Угвуоке (2023), подчёркивающего, что активное присутствие основателя в цифровых коммуникациях способствует восприятию бренда как аутентичного, усиливает идентификацию пользователей с предпринимателем и снижает психологическую дистанцию между бизнесом и клиентами.

Вместе с тем исследования показывают, что влияние личности основателя на бренд малого бизнеса имеет динамический характер. Астнер и Гаддефорс (2025) отмечают, что идентичность бренда малой фирмы формируется не только усилиями её создателя, но и через коллективные интерпретации, возникающие в процессе взаимодействия со стейкхолдерами. По мере расширения круга вовлеченных акторов – сотрудников, клиентов, партнёров – бренд начинает трансформироваться, поскольку каждый внесенный ими смысл влияет на его содержание. Авторы описывают это как процесс «переговоров о принадлежности», в ходе которых разные группы определяют свое место в бренде и вносят собственные ожидания и ценности. В результате бренд малого предприятия перестает быть исключительно отражением личности основателя и превращается в коллективно сконструированное явление, постоянно изменяющееся через взаимодействие предпринимателя и стейкхолдеров. Исследование демонстрирует, что изменение бренда под воздействием других участников влияет не только на характер бренда, но и на то, как сам основатель продолжает работать над собственной идентичностью. Такой взгляд подчеркивает, что брендинг в малых фирмах является динамическим процессом согласования смыслов, а не односторонним построением идентичности.

Таким образом, анализ литературы показывает, что успешность продвижения кондитерских брендов в социальных сетях определяется сочетанием эстетики визуального контента, эмоциональности коммуникаций, интерактивных практик и культурной адаптивности. Наиболее устойчивые стратегии формируются тогда, когда цифровая коммуникация объединяет визуальную привлекательность продукта и аутентичное присутствие основателя. Личный бренд предпринимателя выступает важным репутационным активом, влияющим на доверие и вовлеченность аудитории. При этом динамическая природа брендинга в малых фирмах указывает на необходимость учитывать не только индивидуальные усилия основателя, но и коллективные интерпретации стейкхолдеров, формирующие общий образ бренда.

## Методология

Методологическая основа исследования опирается на качественный подход, направленный на понимание механизмов формирования и трансляции бренда «Макаронная от Сабины» в цифровой и физических средах, а также влияние личного бренда Сабины Темиралиевой в Кыргызстане на восприятие компании и поведение аудитории. Такой подход позволяет учитывать контекст, визуальные и эмоциональные аспекты коммуникации, не

подходящие для полноценной количественной фиксации.

Проведено полуструктурированное глубинное интервью с топ-менеджером компании (2025), работающим до момента принятия решения выхода на рынок Казахстана. Основной целью интервью было определение стратегии компании, в том числе маркетинговой, а также оценка влияния личного бренда основательницы на узнаваемость бренда и лояльность аудитории, маркетинговые, визуальные и продуктовые решения компании и решение о запуске в соседней стране.

Для получения внешней экспертной оценки было проведено интервью с независимым директором по маркетингу. Это позволило сопоставить внутреннее видение бренда с профессиональной отраслевой перспективой и выявить сильные и уязвимые стороны коммуникационной стратегии.

Центральным методом стала контент-аналитическая обработка цифрового присутствия бренда. Были изучены публикации в социальных сетях основательницы и корпоративных аккаунтов, включая Instagram, TikTok и YouTube. Анализ охватывал визуальные паттерны, тематику контента, стиль коммуникации, степень участия основательницы в медийных материалах, продуктовые сообщения и маркетинговые кампании. Такой подход позволил выявить характерные элементы визуальной и эмоциональной идентичности бренда, а также способы интеграции личного бренда в корпоративные коммуникации.

Дополнительно исследованы видеоматериалы: интервью, подкасты и видеоблоги основательницы, что позволило выделить ключевые нарративы, формирующие её личный бренд – управленческое видение, ценности, творческую позицию, отношение к продукту и клиентскому опыту.

Значимой частью эмпирической базы стало полевое наблюдение, проведённое в кофейнях и «лавках» бренда в городах Бишкек и Алматы. Наблюдение фокусировалось на интерьерных решениях, атмосфере. Особое внимание уделялось соответствию офлайн-опыта визуальной идентичности и эмоциональному образу, транслируемому в цифровых каналах.

Комбинация глубинных интервью, экспертной оценки, анализа цифрового контента, изучения медианарративов и полевого наблюдения обеспечивает комплексность и достоверность исследования, позволяя выявить взаимосвязи между личным брендом, маркетинговой стратегией компании, визуальной идентичностью и реакцией аудитории.

## Результаты и обсуждение

Проект «Макаронная от Сабины» был создан в 2018 году в Бишкеке, как домашний проект молодой предпринимательницы Сабины Темиралиевой. Начав с публикаций своих десертов в Instagram, Сабина сформировала сообщество лояльных подписчиков, которое позже стало клиентской базой. За несколько лет проект вырос из домашнего производства в бизнес, представленный в Кыргызстане и Казахстане, в котором работает более 400 человек. На сегодняшний день у компании два сооснователя – Сабина Темиралиева и Тахир Белосан, и объединяет производство, собственные розничные точки «Макаронные лавки» площадью 50-60 м<sup>2</sup>, кофейни «Макаронная» площадью 600-700 м<sup>2</sup>, продажи B2B и через интернет. Основным продуктом являются «Макаронны» (macaron), представленные в двух размерах, в оригинальных дизайнах и вкусах. Компания также продвигает второй вид продукции «Мадлен». В Кыргызстане компания самостоятельно работает в Бишкеке, в котором есть кофейня и несколько лавок, а в таких городах, как Чолпон-Ата, Каракол, Ош, Кызыл-Кия и Манас (Джалал-Абад) продукция представлена партнером. Выход бренда в Алматы (Казахстан)

обеспечил рост выручки и расширение географии. В Алматы две точки «Макаронная лавка» и кофейня «Макаронная» генерируют около 35% продаж. Компания планирует масштабирование, за счет своих ресурсов, без привлечения внешних инвестиций или франчайзинга. Для предотвращения возможных рисков компания планирует открыть производственную базу в Алматы. При этом обе производственные базы в Бишкеке и Алматы будут производить разные виды продукции. Компания ставит целью интернационализацию – присутствие в 10 крупных городах мира, при этом Центральная Азия будет основным источником кэш аута. Компания начинает разрабатывать стратегию развития, в которой также будет уделено внимание маркетинговой стратегии. До настоящего времени сформулированной маркетинговой стратегии не было, вся маркетинговая деятельность велась интуитивно.

Сабина Темиралиева начала свою деятельность как кулинар и долго искала свой уникальный продукт. Сфокусировавшись на макаронах, она проявила свою креативность в создании дизайна, вкуса и начинки. Как считает независимый маркетолог (2025), «кейс Сабины является не типичным. Обычно история начинается с продукта, вокруг которого выстраивают маркетинг и строится сообщество. Здесь же личный блог формирует создание спроса, через который появляется продукт, который идет в продажи и далее разворачивается в сеть».

В коммуникациях часто использовались такие словосочетания как «Макаронны от Сабины», «Те самые макаронны». С самого начала внедрения этого продукта наблюдалась путаница с названием: Макарон, Макаруны, Макаронсы, Макарунсы. Сейчас замечен прогресс и в коммуникациях компании используется единое название «макарон», одинаково в единственном и во множественном числе: «Те самые макарон...» - один из слоганов в местах продаж и рекламных коммуникациях. Компания предлагает подарочные наборы макарон или мадлен, тем самым решает сразу две задачи: первое, комплексные продажи, второе, конкуренция не с компаниями, предлагающими десерты, а с другими подарками. По словам операционного директора, (chief operating officer, COO), конкурентами компании являются букеты цветов, сладкие букеты или коробки конфет.

Изначально макаронны завоевали популярность в Бишкеке, но благодаря перетоку контента в соседнюю страну, появился спрос и в Алматы. Еще до открытия торговых точек, набор макарон стал желанным подарком из Бишкека.

Визуальная философия бренда строится на эстетике французских десертов, доверии и эмоциях. Фирменные символы – плюшевые мишки, пастельные цвета – стали частью визуальной идентичности компании. Сабина Темиралиева является лицом бренда и олицетворяет его ценности, что усиливает эффект аутентичности и доверия. Этот факт подтверждает результаты исследований Чжан и соавторов (2022), Сыздыковой (2024), Акматбековой (2021).

Личный бренд Сабины Темиралиевой стал ядром маркетинговой экосистемы компании (Угвуоке, 2023) Он определяет визуальный стиль, тон коммуникации и позиционирование. Эмоциональная привлекательность и искренность Сабины создают доверие к бренду. Контент с ее участием вызывает позитивные эмоции и ощущение близости. Аудитория воспринимает основательницу, как «свою» и при этом человеком, гарантирующим качество. Сабина дифференцирует себя и компанию через уникальный визуальный стиль – фирменные мишки, пастельные тона, французскую эстетику. В сочетании с персональной вовлеченностью это формирует устойчивое отличие от массовых кондитерских брендов в регионе. Узнаваемость личности и визуальных атрибутов бренда подтверждается охватами публикаций до 4 млн. просмотров в Instagram и до 115 млн в YouTube Shorts. Это подтверждают применимость модели *Personal Brand Equity* – капитал личного бренда (Санто и коллеги, 2025).

Сабина поддерживает интерес публики интеграцией новостей своей жизни и личных переживаний в рабочие процессы такие как, дегустации, обучение, создание новых вкусов или создание тематических, сложных в исполнении, тортов. Тематические торты, изготавливаемые к определенным событиям, таким как Хэллуин («Тайна Коко», «Мертвая невеста»), выход фильма «Стич», или Новый год, являются примером ситуативного маркетинга, при котором используется восходящий тренд. Кроме того, Сабина обращается к старым образам из популярных фильмов и мультфильмов, например, «Букля» из Гарри Поттер, домик с шарами из мультфильма «Вверх», мышонок из «Рататуй». Популярные персонажи находят отклик у большого количества людей по всему миру и увеличивают узнаваемость и количество подписчиков основных аккаунтов Сабины. Демонстрация самого процесса, а также неудачных попыток усиливают эффект сопричастности у зрителей, и эмоциональная привязка становится еще крепче. Креативный процесс важен для основательницы бренда, как возможность самовыражения, при этом он привязывает подписчиков, следящих за контентом, как за реалити-шоу или сериалом. Тут наблюдается *парасоциальное взаимодействие* между брендом и аудиторией, описанное Угвуоке (2023).

Сабина не только транслирует процессы компании и элементы своей повседневной жизни, но и активно взаимодействует с аудиторией, регулярно проводя дни репостов пользовательских историй. В честь Нового года, в декабре 2024 года, бренд установил специальные «домики желаний», куда посетители могли опускать кассовые чеки с написанными пожеланиями. Сабина лично выбирала некоторые чеки и вручала авторам подарки, транслируя этот процесс в социальных сетях. Выходя за рамки стоимости призов, основатель бренда выступила в роли «Деда Мороза» и дарила разнообразные подарки клиентам, тем самым усилив эмоциональную связь с аудиторией. Такая форма вовлечения повысила лояльность потребителей, что подтверждает исследование Возняковского (2018), в котором подчеркивается значимость подобных активностей: «конкурсы и лотереи не только повышают узнаваемость и продажи, но и служат эмоциональными триггерами, переводящих пассивных потребителей в активных участников бренда». Наиболее активным клиентам присваивается звание «Почетного макароножанина», предоставляющее особые привилегии, такие как участие в дегустациях новых видов десертов и тестировании макарон на ранних этапах.

Юань и Лоу (2020) отмечали, что маркетинг в социальных сетях становится конкурентным преимуществом для компаний, они всё активнее инвестируют в инфлюенсер-маркетинг, то есть в цифровых лидеров мнений, продвигающих их бренды. Однако, компания привлекала крупных блогеров-миллионников для платной рекламы, но из-за низкой эффективности отказалась в пользу микро- и нано- блогеров с количеством подписчиков от 5000. Взаимодействие с инфлюенсерами такого масштаба, с небольшой, но очень лояльной аудиторией показало большую эффективность, что подтверждает современные тренды. Бренд не отказывается от коллабораций с крупными блогерами, но привлекает популярных блогеров-миллионников для создания совместных десертов. Цель таких коллабораций – взаимный обмен подписчиками. Кроме привлечения блогеров, компания также использует таргетную рекламу в социальных сетях. Общий рекламный бюджет не превышает 3% от оборота.

В исследовании 2018 года Горбатов и соавторы показывают, что социальные сети являются основной средой, формирующей восприятие личности, и становятся ключевым инструментом для создания узнаваемости и укрепления личного бренда. Основательница бренда не является исключением и ее основным каналом коммуникаций с целевой аудиторией, женщинами 18-35 лет, являются социальные сети, а именно Instagram. В то же время TikTok,

YouTube Shorts работают на узнаваемость Сабины Темиралиевой и ее компании. Социальные сети Сабины и ее компании на 10 ноября 2025 выглядят таким образом:

**Таблица 1.** Социальные сети Сабины Темиралиевой и компании «Макаронная»

| Instagram                                            |                      |                        |
|------------------------------------------------------|----------------------|------------------------|
| Аккаунт                                              | Вид                  | Количество подписчиков |
| @sabinatemiralieva                                   | личный/корпоративный | 682 тыс.               |
| @notaboutjob                                         | личный               | 51,6 тыс.              |
| @macaronnaya_bishkek                                 | корпоративный        | 79,8 тыс.              |
| @macaronnaya_lavka                                   | корпоративный        | 144 тыс.               |
| @makaronnaya.almaty                                  | корпоративный        | 20,8 тыс.              |
| @macaronnaya_lavka.kz                                | корпоративный        | 47,6 тыс.              |
| TikTok                                               |                      |                        |
| @sabinatemiralieva                                   | личный/корпоративный | 704,4 тыс.             |
| @macaronnaya_lavka                                   | корпоративный        | 66,2 тыс.              |
| @macaronnaya_lavka.kz                                | корпоративный        | 2485                   |
| YouTube                                              |                      |                        |
| Сабина Темиралиева @sabinatemiralieva                | личный/корпоративный | 37,8 тыс.              |
| Sabina Temiraliyeva Shorts @sabinatemiraliyevashorts | личный/корпоративный | 394 тыс.               |

*Источник:* Автор

В таблице 1 наглядно видно, что личные страницы Сабины Темиралиевой разительно отличаются по количеству подписчиков от корпоративных аккаунтов. Это доказывает, что личные аккаунты основательницы остаются основными каналами продвижения продукции. Кроме прямого воздействия на целевую аудиторию, социальные сети работают также на узнаваемость компании Сабины и ее лично, как искусного кулинара. Эксперт указывает, что на раннем этапе это позволяло быстро принимать решения и создавать живой контент. Однако по мере роста компании такая модель создаёт определённые трудности: снижается управляемость, усложняется прогнозирование и возрастает зависимость от личного участия основателя.

Как указывалось ранее компания ведет SMM отдельными командами в двух странах. Однако рилсы (короткие видео), созданные для страницы Сабины выходят в соавторстве с корпоративными страницами, повышая просмотры и взаимодействие совместного контента. Такой контент замечается на всех страницах с разной регулярностью, однако можно отметить,

что Сабина появляется не реже 1 раза в 10-12 постов. Заметно, что на страницах с меньшим количеством подписчиков, таких как @makaronnaya.almaty, Сабина появляется чаще: 1/3-1/2 раз. Каждая SMM команда, работая независимо друг от друга, тестирует разные варианты контента, а также лица, для наработки собственного контингента лояльных подписчиков и клиентов. Общей чертой контента является демонстрация продуктов в привычной эстетике бренда, а также видео формата ASMR (autonomous sensory meridian response) или АСМР (автономная сенсорная меридиональная реакция). АСМР ролики обычно показывающий процесс от получения «заветной коробочки» до поедания продукции на камеру, сопровождающийся шепотом, постукиванием, шелестом, хрустом и т.п., по мнению наблюдателей может приносить им чувства наслаждения, успокоения, расслабления. Различием в контенте замечается то, что в Бишкеке благодаря большому количеству лояльных клиентов, чаще обращаются к другим популярным направлениям, таким как знакомства с персоналом, шуточные конкурсы и т.п. По мнению независимого маркетолога (интервью, 2025), аудитория Кыргызстана и Казахстана отличается юмором, визуальными предпочтениями и стилем восприятия контента, что оправдывает необходимость отдельных SMM-команд. При этом он отмечает важность единых стандартов коммуникации и визуального стиля, чтобы обеспечить целостность бренда.

Стоит отметить, что ранее Сабина не разделяла личный контент и корпоративный и ее страница отражала все аспекты ее личной жизни, такие как развод, лечение, путешествия, покупки, разбор косметики, а также GRWM (*get ready with me* «готовься со мной»), то есть контент в формате lifestyle (образ жизни). Однако начиная с 10 июля 2024 года она перенесла такой контент в свой личный аккаунт с говорящим названием @notaboutjob (не о работе). В этом аккаунте она честно признается, что успех компании зависит от ее участия, это не всегда делает ее счастливой и она не всегда хочет работать, а «хочет жить». Она открыто говорит о выгорании, связанном с работой. Возможно, это первый шаг к отделению личного бренда основателя от бренда компании.

Интервью и участие в подкастах - еще один инструмент развития личного бренда, который работает как для Сабины, так и для принимающей стороны. Начав с одного из самых популярных подкастов в Кыргызстане «Kyrgyzstan online» три года назад, в дальнейшем Сабина приняла участие в таких значимых подкастах в Кыргызстане как «Алканов», «Jaratman podcast», «Lights podcast», «Nakta podcast». Эти подкасты посмотрело от 195000 человек, «Nakta podcast» до 333289 «Kyrgyzstan online». На каждом канале выпуски с Сабиной Темиралиевой набирают высокое количество просмотров и стабильно находятся в топ-10 выпусков этих каналов. Сабина также участвовала в подкастах в Казахстане, такие как «We Project», набравший 45303 просмотр (10-е место по популярности), Арман Юсупов с 162701 просмотрами (15-е место по популярности) и Diana Kamaladin с 4745 просмотрами. В такого рода интервью Сабина откровенно делится историей становления своего бизнеса и своими личными переживаниями, демонстрируя правду лежащую за успехом. Многие подкастеры используют кликбейтные названия выпусков: «Оборотная сторона успеха» Мы зарабатываем миллионы, но я несчастна!», «Горькая правда о сладком бизнесе», «Развод не конец бизнеса», «Жесткие уроки бизнеса», «От долгов в \$700К к успешному бизнесу» и т.д. Такие названия привлекают внимание, так как людям интересны истории людей, тем более, когда речь идет о бизнесе.

Однако самым популярным видео с участием Сабины Темиралиевой в социальной сети YouTube является видео с персонажем из мультфильма «Тайна Коко» на собственном канале «Sabina Temiraliyeva shorts» @sabinatemiraliyevashorts. Это короткое видео посмотрело более 115 млн человек. Этот канал сфокусирован только на трансляции коротких видео, его название написано на английском языке, что указывает на то, что он нацелен на глобального зрителя.

Другой канал Сабины @sabinatemiralieva «Сабина Темиралиева» сфокусирован на рецептах. Самое популярное видео набрало тут 65000 просмотров. Кроме рецептов Сабина делилась на этом канале процессом запуска кофейни в Бишкеке и в Алматы. Если сравнить два канала, открытых примерно в одно время в 2022 году, можно отметить, что канал с рецептами и названием на кириллице менее популярный (37800 подписчиков 26 видео), в то время как канал с названием на латинице и с короткими роликами очень популярный (393000 подписчиков 237 видео). Это указывает на то, что контент на популярные темы, под известные музыкальные треки, понятный без слов наиболее интересен для глобального охвата.

Если разобрать активность в социальных сетях, то следуя логике Санто и соавторов, можно утверждать, что личный бренд Сабины обладает высокой внешней PBE (external-PBE) – сильной идентификацией со стороны аудитории. Также ее личный бренд обладает умеренной внутренней PBE (self-PBE), отражающей осознанное позиционирование себя как создателя бренда. Таким образом, модель *Personal Brand Equity* позволяет аналитически описать механизм, через который индивидуальная идентичность основателя становится источником организационного капитала и корпоративной ценности. В контексте бренда «Макаронная от Сабины» это проявляется в том, что личная репутация трансформируется в доверие к компании, а узнаваемость личности повышает узнаваемость бренда.

Наряду с популярностью основательницы в социальных сетях, ее личный аккаунт является основным каналом для перехода к заказам – до 80% от общего количества. Остальные четыре аккаунта генерируют только 20% переходов, что указывает на сильную зависимость от личности основательницы. По словам топ-менеджера компания уже реализует проект по усилению рабочих страниц, которые ведутся отдельно для Кыргызстана и Казахстана. Цель этого проекта изменить пропорцию заказов так, чтобы только 20% заказов были сделаны при переходе со страницы Сабины Темиралиевой. У компании были попытки использовать другие лица для таргетной рекламы, в дальнейшем планируется возвращение амбассадоров, так как при увеличении точек продаж и кофеен у основательницы нет возможности физически присутствовать или создавать специальный контент. Это наблюдение подтверждает, что при масштабировании возникает необходимость разделения личного и корпоративного бренда, как отмечают Астнер и Гаддеорс (2025).

В связи с этим в рамках исследования разработаны предложения, в которых предлагается 4 варианта замены лица компании, а также перечислены преимущества и риски каждого варианта.

**Таблица 2.** Альтернативы для лица компании

| <i>Подход</i>                     | <i>Описание</i>                                           | <i>Преимущества</i>                   | <i>Риски</i>                 |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|
| Аватар основателя                 | Иллюстрированный образ для упаковки и онлайн-рекламы      | Универсальность, легкость адаптации   | Потеря аутентичности         |
| ИИ-генерация реальных изображений | Использование фото и видео Сабины в виртуальных кампаниях | Универсальность, легкость адаптации   | Потеря аутентичности         |
| Амбассадоры бренда                | Вовлечение сотрудников и клиентов                         | Расширение охвата, эмоциональная сеть | Распыление брендового фокуса |
| Контент без лица                  | Акцент на продукте и                                      | Минимализм,                           | Снижение                     |

|  |           |                 |                           |
|--|-----------|-----------------|---------------------------|
|  | атмосфере | универсальность | эмоционального<br>эффекта |
|--|-----------|-----------------|---------------------------|

Источник: Автор

С учетом максимальной эмоциональной привязки к личности Сабины целевой аудиторией, оптимальной является гибридная стратегия, объединяющая личную харизму и визуальную автономию.

Личный бренд Сабины Темиралиевой стал ключевым активом, определяющим успех компании. Для устойчивого развития необходим переход от «бренда личности» к «бренду институции». Так как у бренда институции тоже есть проблемы в связи с количеством названий, а также использованием русскоязычных названий, рекомендуется произвести ребрендинг. Ребрендинг неизбежен, так как компания нацелена на крупные города мира, расположенные не только в русскоязычном пространстве. В связи с тем, что креативный контент Сабины распространяется глобально, нейминг должен быть связан с ее именем. Возможными вариантами могут быть Sabina's Macaroons, Maison Sabina, Atelier Sabina и т.п. Ребрендинг и одновременная работа по замещению или разбавлению присутствия Сабины во всех коммуникациях принесет временные трудности из-за трансформации и потери эмоциональной связи, однако в долгосрочной перспективе этот подход поможет бренду стать сильнее.

## Заключение

Проведённое исследование показывает, что личный бренд Сабины Темиралиевой стал ключевым источником репутационного капитала компании «Макаронная». Эмоциональность, открытость, узнаваемость и визуальная эстетика, созданные основательницей, обеспечили прочную эмоциональную связь с аудиторией и фактически сформировали основу всей маркетинговой модели бренда. Социальные сети Сабины остаются главным каналом привлечения клиентов, создавая высокий уровень доверия и лояльности. Это подтверждает актуальность моделей эмоционального маркетинга и *Personal Brand Equity* для малого бизнеса в Центральной Азии.

В то же время анализ выявил стратегические риски: сильная зависимость бренда от личности основательницы затрудняет масштабирование, снижает управляемость и повышает нагрузку на самого основателя. По мере роста компании возникает необходимость в институционализации корпоративной идентичности и выстраивании стабильных процессов, которые позволят бренду развиваться вне зависимости от уровня личной вовлечённости создательницы. Наиболее перспективной оказывается гибридная модель, сочетающая харизму основателя и растущую корпоративную основу.

Дополнительной задачей становится обеспечение целостности бренда при работе сразу в двух странах. Кыргызстан и Казахстан различаются по культурному контексту, визуальным предпочтениям и поведению пользователей, поэтому локальные SMM-команды действительно нужны. Однако для формирования однородного восприятия и сохранения узнаваемости необходима единая коммуникационная рамка, включающая чётко сформулированное позиционирование, визуальную последовательность, эмоциональный тон и общие принципы общения, позволяющие командам работать синхронно.

Немаловажным направлением развития остаётся постепенное разграничение ролей

Сабины и корпоративного бренда. Её искренность и личная история - мощный актив, но устойчивый рост предполагает постепенное снижение зависимости от одного человека. Важно сохранить эмоциональное тепло, но распределить коммуникационную нагрузку между корпоративными каналами, командой и амбассадорами.

Опыт «Макаронной» позволяет сформулировать рекомендации компаниям со схожей моделью развития. Во-первых, корпоративную идентичность необходимо развивать параллельно с личным брендом основателя, чтобы компания имела собственный голос и визуальный стиль. Во-вторых, критически важно заранее фиксировать единую коммуникационную стратегию, особенно если бизнес работает в разных городах или странах. В-третьих, для обеспечения устойчивости бренда желательно постепенно уменьшать зависимость от медийности одного человека, развивая корпоративные страницы и вовлекая команду в коммуникацию. В-четвёртых, эмоциональный маркетинг и сторителлинг остаются наиболее эффективными инструментами вовлечения, особенно в индустриях, где визуальность и эмоции являются ключевыми преимуществами.

Таким образом, для дальнейшего роста «Макаронной» и схожих брендов необходимо сбалансировать аутентичность личного бренда и развитие сильной корпоративной структуры. Такой подход позволит сохранить эмоциональный капитал, созданный вокруг личности основателя, обеспечить управляемое масштабирование и подготовить основу для дальнейшего расширения на новые рынки.

### Список литературы

- Astner, H., & Gaddefors, J. (2025). Founders and their brands: how founder identity matters in small firm branding. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 28(1), 102-122. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2023-0085>
- Arshad, M. S., Aqeel, A. Arooj, L., & Amir, H. (2023). The Impact of Digital Marketing on Brand Awareness: A General Awareness Through Logos. *SSRN*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4674895>
- Azlarova, M. (2022). Impact of technology-supported marketing strategies on food security and provision: Evidence from Uzbekistan's confectionery industry. *ACM ICFNDS'22 Proceedings*, pages. <https://doi.org/10.1145/3584202.3584209>
- Harris L., & Rae, A. (2011). Building a personal brand through social networking. *Journal of Business Strategy*, 32(5), 14-21. <https://doi.org/10.1108/02756661111165435>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. *Frontiers in Psychology*, 9, 2238. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get noticed to get ahead: The impact of personal branding on career success. *Frontiers in Psychology*, 10, 2662. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02662>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., Oostrom, J. K., & Lysova, E. I. (2021). Personal brand equity: Scale development and validation. *Personnel Psychology*, 74(3), 505-542. <https://doi.org/10.1111/peps.12412>
- Khan, I. (2022). Do brands' social media marketing activities matter? A moderation analysis, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102794, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102794>.

- Uddin, R. (2021). Social media marketing and customer loyalty: A systematic review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102330. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102330>
- Szántó, R., Papp-Váry, Á., & Radácsi, L. (2025). Personal Brand Equity model: Connecting individual and corporate brands. *Administrative Sciences*, 15(4), 148. <https://doi.org/10.3390/admsci15040148>
- Ugwuoke, J. C. (2023). Branding Strategies for Owners of Small and Medium-Sized Enterprises (*Doctoral dissertation*). Walden University, Minneapolis, USA.
- Vrtana, D., & Krizanova, A. (2023). The power of emotional advertising appeals. *Sustainability*, 15(18), 13337. <https://doi.org/10.3390/su151813337>
- Woźniakowski, M. (2018). Gamification and contests as marketing communication tools of confectionery brands. *Handel Wewnętrzny*, 5(1), 343–350. <https://bibliotekanauki.pl/articles/562396>
- Yuan, S., & Lou, C. (2020). How social media influencers foster relationships with followers: The roles of source credibility and fairness in parasocial relationship and product interest. *Journal of Interactive Advertising*, 20(2), 133-147. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1769514>
- Zhang, Y., Tu, Z., Zhao, W., & He, L. (2022). Design of emotional branding communication model based on system dynamics in social media environment and its influence on new product sales. *Frontiers in Psychology*, 13, 959986. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.959986>
- Акматабекова Ж. А., Алдашова Г. М., Батырканова Г. А. (2021). Типы рекламных стратегий в социальных сетях: на примере строительного сектора Кыргызстана. 7(9), 469–478. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/44>
- Интервью автора с операционным директором компании «Макаронная», Алматы, ноябрь, 6, 2025
- Интервью автора с независимым экспертом, Алматы, ноябрь, 11, 2025
- Сыздыкова А.О., А. О. (2024). Корпоративтік брендинг тұрғысынан әлеуметтік желіні пайдалану. *Scientific Journal of Pedagogy and Economics*, 412(6), 406-420. <https://doi.org/10.32014/2024.2518-1467.877>

## References

- Akmatbekova Zh., Aldashova G., & Batyrkanova G. (2021). Tipy reklamnykh strategiy v sotsial'nykh setyakh: na primere stroitel'nogo sektora Kyrgyzstana [Types of Advertising Strategies on Social Media: on the Example of the Construction Sector of Kyrgyzstan]. *Bulletin of Science and Practice*, 7(9), 469-478, <https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/44>
- Astner, H., & Gaddefors, J. (2025). Founders and their brands: how founder identity matters in small firm branding. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 28(1), 102-122. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2023-0085>
- Arshad, M. S., Aqeel, A. Arooj, L., & Amir, H. (2023). The Impact of Digital Marketing on Brand Awareness: A General Awareness Through Logos. *SSRN*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4674895>
- Azlarova, M. (2022). Impact of technology-supported marketing strategies on food security and provision: Evidence from Uzbekistan's confectionery industry. *ACM ICFNDS'22 Proceedings*, pages. <https://doi.org/10.1145/3584202.3584209>
- Harris L., & Rae, A. (2011). Building a personal brand through social networking. *Journal of Business Strategy*, 32(5), 14-21. <https://doi.org/10.1108/02756661111165435>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: Interdisciplinary systematic

- review and research agenda. *Frontiers in Psychology*, 9, 2238. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get noticed to get ahead: The impact of personal branding on career success. *Frontiers in Psychology*, 10, 2662. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02662>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., Oostrom, J. K., & Lysova, E. I. (2021). Personal brand equity: Scale development and validation. *Personnel Psychology*, 74(3), 505-542. <https://doi.org/10.1111/peps.12412>
- Interview of the author with COO of Makaronnaya company, Almaty, November, 6, 2025
- Interview of the author with independent expert (marketologist), Almaty, November, 11, 2025
- Khan, I. (2022). Do brands' social media marketing activities matter? A moderation analysis, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102794, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102794>.
- Uddin, R. (2021). Social media marketing and customer loyalty: A systematic review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102330. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102330>
- Syzdykova, A. O. (2024). Korporativtik brending turgısına aleumettik jeleni paydalanu [Using The Social Network in Terms Of Corporate Branding]. *Scientific Journal of Pedagogy and Economics*, 412(6), 406-420. <https://doi.org/10.32014/2024.2518-1467.877>
- Szántó, R., Papp-Váry, Á., & Radácsi, L. (2025). Personal Brand Equity model: Connecting individual and corporate brands. *Administrative Sciences*, 15(4), 148. <https://doi.org/10.3390/admsci15040148>
- Ugwuoke, J. C. (2023). Branding Strategies for Owners of Small and Medium-Sized Enterprises (*Doctoral dissertation*). Walden University, Minneapolis, USA.
- Vrtana, D., & Krizanova, A. (2023). The power of emotional advertising appeals. *Sustainability*, 15(18), 13337. <https://doi.org/10.3390/su151813337>
- Woźniakowski, M. (2018). Gamification and contests as marketing communication tools of confectionery brands. *Handel Wewnętrzny*, 5(1), 343–350. <https://bibliotekanauki.pl/articles/562396>
- Yuan, S., & Lou, C. (2020). How social media influencers foster relationships with followers: The roles of source credibility and fairness in parasocial relationship and product interest. *Journal of Interactive Advertising*, 20(2), 133-147. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1769514>
- Zhang, Y., Tu, Z., Zhao, W., & He, L. (2022). Design of emotional branding communication model based on system dynamics in social media environment and its influence on new product sales. *Frontiers in Psychology*, 13, 959986. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.959986>

IRSTI: 06.71.07

## **The Founder's Personality as a Company Brand: The Role of Social Media in Promoting and Shaping the Reputation of Small Businesses Based on the Pastry Industry**

Kyyal Tukembayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

email: [tkyyal@gmail.com](mailto:tkyyal@gmail.com)

### **Abstract**

This study examines the role of a founder's personal brand in the promotion and reputation building of small businesses on social media, using the company "Macaronnaya by Sabina" as a case study. The research aims to understand how the personal identity and digital presence of the founder, Sabina Temiralieva, shape the company's reputational capital, influence the perception of products, and determine the dynamics of business development in Kyrgyzstan and Kazakhstan.

The methodological framework includes semi-structured interviews with the company's top manager and an independent marketing expert, content analysis of social media platforms, review of video materials, and field observations conducted at the brand stores. This mixed-method approach made it possible to identify mechanisms of emotional communication, visual identity formation, and audience engagement.

Findings indicate that Sabina's personal brand has become the central driver of the company's visibility and growth. Her aesthetic vision, emotional openness, communication style, and media presence shape the brand's tone and serve as a source of trust. Product innovation, situational marketing, the use of recognizable characters, parasocial interactions, and active audience feedback enhance emotional value and contribute to a stable and loyal community. However, the study also reveals strategic risks: strong dependence on the founder's persona complicates scalability and reduces managerial predictability. Applying the Personal Brand Equity model, the findings highlight the importance of balancing personalization with institutional stability. Practically, the study shows that emotional communication, visual consistency, and personalized storytelling are key success factors for confectionery brands in Central Asia. For long-term growth, however, the company must strengthen its corporate identity and gradually separate the founder's personal image from the organizational brand.

**Keywords:** personal brand, corporate identity, social media, confectionery industry, small business, emotional marketing.

FTAMP: 06.71.07

## Компания бренді ретінде негізін қалаушының тұлғасы: Кондитерлік сала мысалында шағын бизнестің беделін қалыптастыру мен ілгерілетудегі әлеуметтік желілердің рөлі

Кыял Тукембаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

email: [tkyyal@gmail.com](mailto:tkyyal@gmail.com)

### Андатпа

Бұл зерттеу әлеуметтік желілерде шағын бизнесті ілгерілету мен оның беделін қалыптастыруда негізін қалаушының жеке бренді қандай рөл атқаратынын талдайды. Зерттеу нысаны ретінде «Макаронная от Сабины» компаниясы алынды. Жұмыстың мақсаты аталған компанияның негізін қалаушы Сабина Темиралиеваның жеке тұлғалық ерекшеліктері мен цифрлық белсенділігі компанияның репутациялық капиталына қалай әсер ететінін, өнімдердің қабылдануын қалай қалыптастыратынын және бизнес дамуының динамикасын қалай айқындайтынын анықтау.

Зерттеу әдістемесі компания топ-менеджерімен және тәуелсіз маркетингпен жүргізілген жартылай құрылымдалған сұхбаттарды, әлеуметтік желілер контентіне жасалған талдауды, видео материалдарды қарастыруды және брендтің Бішкек пен Алматы қалаларындағы сауда нүктелерінде жүргізілген бақылауды қамтиды. Мұндай кешенді тәсіл эмоционалдық коммуникация, визуалдық бірегейлік және аудиторияның тартылу тетіктерін анықтауға мүмкіндік береді.

Нәтижелер Сабинаның жеке бренді компанияның танымалдылығы мен өсуінің негізгі қозғаушы күшіне айналғанын көрсетті. Оның эстетикалық көзқарасы, ашықтығы, коммуникация стилі және медиа белсенділігі брендтің эмоциялық тональдылығын қалыптастырып, аудитория сенімінің негізіне айналады. Өнімдік инновациялар, ситуативті маркетинг, танымал кейіпкерлерді қолдану, параәлеуметтік байланыстар және белсенді кері байланыс брендтің эмоциялық құндылығын арттырып, тұрақты қауымдастық қалыптастырады. Сонымен бірге, зерттеу стратегиялық тәуекелдерді анықтады. Негізін қалаушыға шамадан тыс тәуелділік бизнесті масштабтауды қиындатады. *Personal Brand Equity* моделіне сүйене отырып, жұмыс персонализация мен институционалдық тұрақтылық арасындағы тепе-теңдіктің маңызды екенін көрсетеді. Прагматикалық тұрғыдан зерттеу эмоционалдық коммуникация, визуалдық бірізділік және жеке сторителлинг Орталық Азиядағы кондитерлік брендтердің табысындағы негізгі факторлар екенін дәлелдейді. Алайда ұзақ мерзімді өсу үшін компания корпоративтік бірегейлікті нығайтып, негізін қалаушының жеке бренді мен ұйымдық брендтің бөлінуін біртіндеп жүзеге асыруы тиіс.

**Кілт сөздер:** жеке бренд, корпоративтік бірегейлік, әлеуметтік желілер, кондитерлік индустрия, шағын бизнес, эмоциялық маркетинг.

*Поступила: 10 ноября 2025 г.**Принята: 11 декабря 2025 г.*

DOI: <https://doi.org/10.47344/sdubss.v57i.003>

MPHTI: 19.41.41

## Роль сатирических онлайн-медиа в формировании публичного дискурса: анализ реакции аудитории на примере Qaznews24 и Qazaqparat24

Батырбекова Ардак  
SDU University, Каскелен, Казахстан  
email: [241309002@sdu.edu.kz](mailto:241309002@sdu.edu.kz)

### Аннотация

В контексте динамичного роста сатирических онлайн-медиа, возрастает значимость анализа их функциональной роли в публичном цифровом дискурсе и специфики взаимодействия с целевой аудиторией. Данная статья фокусируется на исследовании сатирических Instagram-редакций Qaznews24 и Qazaqparat24, позиционирующихся как востребованные платформы для интерпретации социально-политической повестки Казахстана. Основная цель исследования заключается в идентификации тематических доминант сатирического контента и анализе паттернов аудиторных реакций в рамках публичного онлайн-дискурса. Методологический аппарат исследования базируется на смешанном подходе, интегрирующем количественный контент-анализ и качественный анализ пользовательских комментариев. В рамках эмпирического исследования были подвергнуты анализу 50 публикаций с учетом их тематической направленности и метрик вовлеченности (лайки, комментарии, репосты), а также 900 комментариев, отобранных из наиболее резонансных публикаций, с последующей тональной и лексической обработкой. Результаты исследования демонстрируют, что публикации социально-политической направленности генерируют максимальную аудиторную вовлеченность, а пользовательские реакции преимущественно выражаются посредством иронии, сарказма и оценочных суждений. Теория фрейминга выступает в качестве ключевой теоретической рамки для интерпретации полученных данных. Сделанные выводы позволяют рассматривать сатирические онлайн-медиа как существенный компонент публичного цифрового дискурса, формирующий пространство для критического осмысления общественно значимых тем.

**Ключевые слова:** сатира, дискурс, Instagram, фрейминг, Казахстан, цифровые медиа

### Введение

В современную цифровую эпоху разнообразие и быстрое распространение информации формируют поведение и мышление общества. Ежедневно распространяемая информация затрагивает все эмоции людей. Если негативные, резкие новости вызывают в обществе разногласия, то развлекательная информация, напротив, расслабляет человеческий разум и вызывает открытые эмоции. К жанру распространения информации, поддерживающему баланс между этими двумя сторонами и остающемуся незаметным для глаза, относится сатира. Сатира – это эстетическая категория, в которой автор эмоционально и критически анализирует каждое состояние окружающей среды. С другой стороны, сатира – это разновидность комедии, сочетающая юмор, иронию, гротеск и сарказм (Литошенко, 2014). В настоящее время смех в эмоциональном спектре человека рассматривается как способ социальной коммуникации между людьми. Смех, как правило, отрицает неравенство социальных отношений и не принимает социальные законы, которые приводят к неравенству (Зыкун, 2015). По мнению Мартина Эчиверы и Фриды Родело, юмор – это жанр дискурса. Классические теории гуманитарных наук объясняют юмор как функцию катарсиса, или эмоционального снятия напряжения, а также как игровой акт, то есть использование языка, интонации и событий с целью расслабления, или как механизм агрессии, то есть смех над интеллектуальными или моральными недостатками других. Сатира же, напротив, – более сложная и остроумная форма искусства (Echeverría & Rodelo, 2023).

Сатира в журналистике – одна из самых актуальных тем современности. Она распространилась по всему миру и обеспечивает доступ к публичному дискурсу. Сегодня мы часто наблюдаем широкий спектр новостной сатиры. Она варьируется от абсурдных комедийных программ до откровенной журналистской сатирической деконструкции текущих событий (Ödmark & Nicolai, 2024). В условиях современного информационного общества средства массовой информации играют важнейшую роль в формировании общественного мнения, политического сознания и критического восприятия действительности. Сатира сочетает в себе элементы юмора, критики и социальной рефлексии. Сатирические медиа не только развлекают, но и служат альтернативным источником интерпретации текущих событий, обнажая противоречия в обществе и поднимая острые вопросы.

Отсутствие академических исследований, посвященных подавлению цензурированной сатиры в Казахстане и публичного дискурса, является значимым пробелом. Ухудшение положения со свободой прессы в стране подтверждается падением на 8 позиций в Индексе «Репортеров без границ» до 142-го места в 2024 году. Дополнительным фактором стало принятие в июне 2024 года президентом Касым-Жомартом Токаевым нового закона «О масс-медиа», который усиливает государственный контроль и ограничивает свободу слова. В условиях таких ограничений сатира становится для Казахстана важным инструментом, позволяющим критиковать власть и общество, используя юмор для обхода прямой цензуры. Однако, как демонстрирует дело Темирлана Енсебека, основателя сатирического медиа Qaznews24, даже ироничная критика может восприниматься властями как угроза. Арест Енсебека в январе 2024 года и его последующий приговор к 5 годам ограничения свободы по статье «разжигание межнациональной розни» вызвали значительный общественный резонанс и протесты под лозунгом «Сатира – не преступление». 13 августа 2025 года, Qaznews24 закрылась, ссылаясь на давление со стороны властей.

Несмотря на растущую популярность и заметное присутствие сатирических онлайн-медиа в Казахстане, академическое сообщество пока не уделяет этой теме должного внимания. Существующие исследования в основном ограничиваются историческим обзором сатиры, её литературными и культурными функциями, или анализом политической сатиры в других странах. Крайне мало эмпирических работ, которые бы детально анализировали казахстанские сатирические онлайн-ресурсы, исследуя структуру их контента и то, как на него реагируют пользователи в социальных сетях. В частности, остаётся неясным, как именно аудитория интерпретирует сатирические материалы в условиях, когда жанры смешиваются, а различие между новостным и сатирическим контентом в цифровом пространстве становится всё менее очевидным.

Исследовательские вопросы данной статьи: какую роль сатирические онлайн-медиа играют в публичном цифровом дискурсе в Казахстане на примере Instagram-редакций Qaznews24 и Qazaqparat24? Для ответа на данный вопрос анализируются тематическая структура сатирического контента и характер реакций аудитории, выраженных в показателях вовлеченности и дискурсивных практиках комментариев. В исследовании используется смешанный методологический подход, сочетающий количественный и качественный контент-анализ публикаций Instagram-редакций Qaznews24 и Qazaqparat24 с целью выявления тематик, риторических приёмов и фреймов интерпретации социальной реальности.

Цель исследования заключается во всестороннем анализе роли сатирических онлайн-медиа в публичном цифровом дискурсе и особенностей восприятия сатирического контента аудиторией в рамках обсуждения социально-политической повестки. В качестве эмпирической базы исследования выступают Instagram-аккаунты Qaznews24 и Qazaqparat24.

Теоретическая составляющая работы включает в себя теорию фрейминга, основанная американским теоретиком Ирвингом Гоффманом. Теория фрейминга утверждает, что СМИ влияют не только на обсуждаемые темы, но и на то, как они интерпретируются (Энтман, 1993). Выбор фрейма особенно важен в сатире, так как юмористическое переосмысление событий позволяет аудитории по-новому воспринимать знакомые события, то есть сатирические СМИ трансформируют трендовые темы в некий объект и создают вокруг него фрейм. Стратегия

сатирических СМИ согласуется с этой теорией фрейминга. Например, если официальные СМИ представляют какое-либо событие как «успех власти», сатирик может обыграть его как «абсурд» или «саморазоблачение». Таким образом, аудитории дается эмоциональная, ироническая интерпретация действительности, которая подрывает официальные фреймы. В казахстанском контексте сатирические издания часто используют визуальные и текстовые метафоры для деконструкции информации, направленной на пропаганду. Сатира, используя юмор и сарказм, расширяет рамки, изначально накладываемые на социальные отношения, и позволяет людям более свободно обмениваться идеями (Dejean, 2016), поскольку юмор является важной частью человеческой жизни (Berger, 1997).

## Обзор литературы

Известный сатирик и публицист Темирбек Кожакеев первым начал писать о сатире в Казахстане. Среди его работ, таких как «Казахская сатира» (1970) и «Основы сатиры» (1996), большой вклад в развитие и становление сатиры в журналистике. В разделе «Секреты сатиры», включённом в сборник сочинений Т. К. Кожакеева, составленный А. Ансаганкызы, сатира рассматривается как форма критического осмысления общественных явлений, основанная на иронии и социальной смелости (Ансаганкызы, 2014). Другой известный казахстанский исследователь, Алпысбай Мусаев, в своей работе «Поэтика казахской сатиры» отмечает, что люди всегда высмеивают события, которые воспринимаются как неприятные и оказывают негативное влияние (Мусаев, 1997). Исследование, опубликованное в «Журнале молодых учёных», посвящено анализу сатирических произведений Аскара Токмагамбетова, одного из ярких представителей казахской сатиры. В статье исследователя Торткулбаевой рассматривается влияние поэта на развитие сатирического жанра в казахской литературе и его вклад в формирование критического отношения к общественно-политическим явлениям (Торткулбаева, 2024). Сатирические элементы присутствовали в казахской устной литературе, включая айтыс и бата, а позднее, с развитием книгопечатания в начале XX века, сатира нашла своё выражение в газетах и журналах, таких как «Қазақ», «Айқап» и «Қазақ әдебиеті». Первый сатирический журнал «Ара» вышел в казахской прессе в 1956 году (Қазақ энциклопедиясы, 2004). С выходом этого журнала началось развитие сатирической прессы. Журнал «Ара» был полностью сосредоточен на сатирических новостях и произведениях. Эти издания сыграли важную роль в развитии казахской сатирической журналистики, позволяя авторам критиковать общественно-политические проблемы своей эпохи. Сатира в этих газетах и журналах способствовала формированию общественного мнения и стимулированию общественных дискуссий. Сатира в Казахстане продолжала развиваться и в постсоветский период, несмотря на определенные ограничения свободы слова. Например, журналист Сапа Мекебаев в рубрике «Азиопия» газеты «Время» сатирически поднимал важные темы и привлекал внимание широкой аудитории.

В своей работе «Сатирический дискурс в русскоязычной прессе Казахстана» филологи А. Альжанова и М. Альжанов анализируют такие сатирические инструменты, как сарказм и юмор, и их влияние на восприятие читателя (Альжанова & Альжанов, 2019). Исследование показывает, что сатира в казахстанской журналистике остается малоизученной областью, требующей внимания. В своем исследовании они обнаружили, что журналисты казахстанских СМИ часто используют прецедентные тексты, то есть популярные фразы с политическим и социальным подтекстом, взятые из литературы и текстов некоторых песен, в контексте сатирических новостей.

Тема журналистской сатиры широко изучалась зарубежными исследователями. Среди них такие авторы, как К. Тухольский (1910–1930-е гг.), П. Краснер (1960–1970-е гг.), Б. Мэддокс (1980–1990-е гг.) и другие, чьи работы посвящены сатире в журналистике и политической коммуникации. Международные исследования показывают важность сатиры как инструмента журналистики. Исследование Peifer и Lee (2019) определяет сатиру как вид общественного диалога, направленный на стимулирование критического анализа социальных и

политических реалий. Авторы подчеркивают, что сатира достигает этой цели посредством использования гиперболы, иронии и пародии, обнажая тем самым несоответствия и абсурдные аспекты действительности, что ставит её в один ряд с целями журналистской деятельности. Европейские исследователи Деннис Лихтенштейн, Кордула Нитч и Анна Вагнер пишут, что эта работа расширяет наше понимание роли сатиры в общественной коммуникации и подчёркивает её важность в современных СМИ. Они также утверждают, что, несмотря на использование журналистских навыков, сатирики не считают себя журналистами, а скорее дополняют традиционные СМИ, предлагая альтернативную точку зрения на события (Лихтенштейн, Нитч, Вагнер, 2021). Тогда как, в статье Эдмарка и анализируется, в какой степени сатирические новостные программы в западных странах выполняют традиционные журналистские функции. Их исследование показывает, что современная сатирическая журналистика выполняет такие же важные функции, как и традиционная журналистика, способствуя гражданской активности и политической критике (Эдмарк & Николаи, 2024). Авторы отмечают, что всё более размываемые границы между журналистикой и сатирой, требуют переосмысления понятий профессиональной журналистики. В своем исследовании Сара Эдмарк (2023) изучает, как телевизионная новостная сатира в США и Швеции выражает моральные суждения и реализует социальную критику. В своей статье Бритта С. Бругман и её коллеги исследуют, как письменные сатирические новости сочетают в себе элементы традиционной журналистики и художественной литературы, независимо от политической ориентации (Бругман et al., 2020). Исследование расширяет наше понимание жанра сатирических новостей, показывая, что структурные особенности сатиры универсальны, независимо от политического подтекста. Это важно для изучения влияния сатиры на восприятие новостей и политическую коммуникацию.

В своей работе М. Эчеверрия и Ф. Родело (2023) рассматривают эволюцию сатиры с телевидения на YouTube и в мемы, а также изменение её восприятия в публичной сфере. Авторы также утверждают, что сатира – мощный, но ограниченный инструмент в поставторитарных системах. Сатира может критиковать власть и вовлекать граждан, но политические, экономические и культурные барьеры мешают ей в полной мере реализовать этот потенциал. В поставторитарных обществах (например, в Латинской Америке) сатира сталкивается с ограничениями: самоцензурой, мягкой критикой власти, страхом репрессий. Работа авторов – один из основных материалов, послуживших основой для данного исследования. Развитие сатиры в медиасреде это тенденция, которая не всегда заметна для многих, поэтому тот факт, что мексиканские исследователи рассматривают сатиру как отдельный вид медиа, может объяснять восприимчивость аудитории. Многие зарубежные исследователи изучали распространение сатиры, анализируя телепередачи. Например, авторы работы «Сатира и журналистика» (Satire and Journalism) Джейсон Пайфера и Тэён Ли (2019) анализируя такие сатирические программы, как «The Daily Show» и «Last Week Tonight», провели академическое исследование их контента. Они показывают, что эти программы используют журналистские форматы для критики правительства и СМИ, стирая грань между информацией и развлечением. «The Daily Show» – сатирическая телепрограмма, которая выходит в эфир на канале Comedy Central в США с 2015 года. Исследование Сары Эдмарк, упомянутое выше, анализирует «The Daily Show». По её мнению, новостная сатира служит не только для развлечения, но и для рассмотрения социальных и политических вопросов через призму личных моральных ценностей. В этих исследованиях проводился качественный контент-анализ, ориентированный на интерес аудитории. С его помощью определяется уровень её интереса. С этической точки зрения, Чад Пейнтер (2021) рассматривает сложную взаимосвязь между политической сатирой и журналистской этикой. Автор анализирует, как сатирические программы, такие как «The Daily Show», выполняют журналистские функции, критикуя традиционные СМИ и политические институты. Пейнтер исследует, как сатирические программы могут формировать восприятие аудитории, развивать её критическое мышление и повышать её политическую осведомлённость. А европейское исследование Стефана Скалицки и его коллег изучает влияние психологической дистанции на восприятие сатирических новостей (Скалицки et al., 2021).

С теоретической точки зрения в работе «Фрейминг политики (сатирические шоу)»

Деннис Лихтенштейн и его коллега Кордула Ницше (2019) анализируют, как сатирическое телевидение представляет политические события и проблемы через призму фрейминга. Авторы выделяют два основных подхода: проблемный фрейминг (фреймы проблемы, несущие значимую информацию) и стратегический фрейминг (фреймы политической игры, усиливающие цинизм).

## Методология

Настоящее исследование опирается на применение смешанных методов (mixed methods), предполагающей синергию количественного и качественного анализа. Такой исследовательский дизайн обеспечивает комплексное изучение механизмов функционирования сатирических онлайн-медиа. Он объединяет структурированный анализ контента публикаций с интерпретацией пользовательских откликов, зафиксированных в виде комментариев и показателей вовлеченности. Выбор смешанного подхода обусловлен спецификой изучаемого объекта, а именно сатирического контента в цифровой среде, который характеризуется как измеримыми параметрами (тематическая направленность, эмоциональная окраска, уровень вовлеченности), так и дискурсивной природой, требующей глубокого качественного анализа.

Количественный контент-анализ применяется для выявления доминирующих тематических доминант и распределения эмоциональной тональности сатирических материалов. Качественный анализ комментариев, в свою очередь, позволяет зафиксировать способы интерпретации сатиры аудиторией, а также формы выражения критики, иронии и оценочных суждений. Сочетание данных методов соответствует актуальным тенденциям в исследованиях цифровых медиа, где анализ пользовательских реакций рассматривается как фундаментальный элемент изучения публичного онлайн-дискурса.

В качестве эмпирического материала для исследования были привлечены аккаунты Qaznews24 и Qazaqparat24 в социальной сети Instagram. Данные платформы, ориентированные на создание сатирических новостных материалов, систематически обращаются к актуальной социально-политической повестке Казахстана, преломляя текущие события через призму иронии и пародии. Оба аккаунта характеризуются стабильной аудиторией и высоким уровнем вовлеченности пользователей, что выражается в значительном объеме комментариев и интерактивности, позволяя рассматривать их как значимые пространства для публичного онлайн-обсуждения.

Выбор указанных аккаунтов продиктован не только их популярностью, но и их функциональной ролью в современном цифровом медиа пространстве. Qaznews24 и Qazaqparat24 функционируют как альтернативные источники интерпретации событий, имеющих общественное значение, предлагая своей аудитории критический взгляд на официальные и преобладающие нарративы. Активное взаимодействие подписчиков с сатирическим контентом делает возможным анализ не только самих медиатекстов, но и реакций аудитории как формы коллективного осмысления социально-политической действительности.

Несмотря на общую жанровую принадлежность, Qaznews24 и Qazaqparat24 демонстрируют выраженные различия в стилистике подачи материала, тематических предпочтениях и характере коммуникации с аудиторией. Эти различия формируют аналитически продуктивную базу для сравнительного исследования, позволяя выявить взаимосвязь между вариациями во фреймировании сатирического контента и редакционными стратегиями с особенностями пользовательских откликов и дискурсивными паттернами.

В рамках исследования была сформирована целенаправленная выборка из 100 сатирических публикаций (по 50 из каждого аккаунта). Отбор осуществлялся на основе уровня вовлеченности аудитории, выраженного в количестве лайков и комментариев, что позволило сосредоточиться на наиболее заметных и активно обсуждаемых материалах за исследуемый период. Цель данного подхода – анализ контента, вызвавшего значимый отклик аудитории. Важно отметить, что выборка не претендует на статистическую репрезентативность

общественного мнения Казахстана в целом. Она отражает специфику публичного онлайн-дискурса в конкретных Instagram-сообществах и используется для выявления устойчивых паттернов реакции аудитории на сатирический контент, а не для обобщения выводов на всё население страны или всех пользователей социальных сетей.

Интерпретация эмпирических данных осуществляется в парадигме теорий фрейминга и публичного дискурса. Сатирические медиатексты позиционируются как специфический формат, предлагающий альтернативные рамки для осмысления социально-политической действительности. Пользовательские комментарии рассматриваются как проявление публичной рефлексии и коллективного интерпретативного процесса.

Следует особо подчеркнуть, что данное исследование не стремится выявить прямую причинно-следственную связь между сатирическим контентом и трансформацией общественных взглядов. Вместо этого, оно фокусируется на фиксации реакций аудитории и на том, как пользователи социальных сетей интерпретируют сатиру в рамках своих дискурсивных практик.

Данное исследование имеет ряд ограничений: оно охватывает лишь небольшое количество сатирических онлайн-ресурсов и сосредоточено исключительно на Instagram, что не позволяет обобщать результаты на всё медиапространство Казахстана. Кроме того, анализ основан на общедоступных комментариях и метриках вовлеченности, не учитывая глубинные мотивы пользователей и их интерпретации вне сети.

Тем не менее, выбранная методика позволила выявить закономерности в общественной реакции и определить роль сатиры в онлайн-дискуссиях, способствуя пониманию сатирических медиа как важной части современного цифрового публичного пространства.

Источником эмпирических данных для данного исследования послужила платформа Instagram. Выбор обусловлен тем, что ключевые сатирические медиа, Qaznews24 и Qazaqparat24, ведут свою основную деятельность именно в этой социальной сети, которая выступает в качестве основного канала распространения их контента и взаимодействия с аудиторией. Процесс сбора данных был ручным и включал фиксацию сатирических публикаций, а также метрик вовлеченности аудитории (лайки и комментарии). Для структурирования собранной информации использовались табличные инструменты, позволяющие организовать данные по публикациям, тематике и реакции аудитории. В анализ включались только общедоступные материалы, опубликованные в рамках исследуемого периода.

Анализ пользовательских комментариев был многоэтапным. На начальном этапе проводился ручной сбор комментариев с фиксацией ключевых слов и выражений, отражающих эмоциональную окраску и оценочные суждения аудитории. На последующем этапе для обработки значительного массива комментариев были задействованы цифровые инструменты. В частности, AI-инструменты использовались для предварительной группировки, а сайт [exportcomments.com](https://exportcomments.com) для загрузки комментариев из наиболее популярных публикаций.

Для углубленного качественного анализа были отобраны комментарии из пяти публикаций, продемонстрировавших наибольшую вовлеченность аудитории (свыше 5000 комментариев в каждой). В дальнейшем было выгружено и проанализировано 90 комментариев, что позволило выявить повторяющиеся дискурсивные паттерны и типовые формы реакции аудитории на сатирический контент.

В данном исследовании цифровые инструменты и AI-технологии играли вспомогательную роль, ограничиваясь первичной обработкой и анализом эмпирических данных. Искусственный интеллект применялся для начальной организации обширного массива пользовательских комментариев, помогая выявлять повторяющиеся лексические и эмоциональные паттерны, а также ускоряя процесс распределения комментариев по заранее определенным категориям. Важно отметить, что AI не брал на себя функцию самостоятельной интерпретации содержания или принятия исследовательских решений. Все критически важные этапы, включая формирование категорий, детализацию кодов, осмысление содержания и отнесение комментариев к аналитическим группам, были выполнены исследователем вручную. Финальная стадия анализа, включающая повторную проверку, корректировку и интерпретацию

полученных результатов, проводилась без привлечения AI-инструментов, что обеспечило высокую теоретическую обоснованность, содержательную валидность и методологическую надежность исследования.

Анализ эмпирического материала осуществлялся посредством контент-анализа, основанного на разработанной системе кодирования. Данная система, представленная в виде кодбука, выполняла функцию словаря данных (data dictionary), структурируя и интерпретируя сатирический контент и пользовательские реакции. Кодбук являлся формализованным инструментом, призванным обеспечить унификацию процесса кодирования и воспроизводимость полученных результатов. Он фиксировал перечень аналитических категорий (тематических и оценочных), их обозначения и содержательные границы, а также критерии отнесения единиц анализа к соответствующим категориям. Применение кодбука способствовало минимизации субъективности интерпретации и повышению системности анализа. В ходе исследования сатирических публикаций были идентифицированы тематические категории, отражающие ключевые сферы общественной жизни, вызвавшие наибольший резонанс у аудитории. К ним были отнесены политика, социум, экономика, культура, право, транспорт, экология, образование, медицина и другие. Основные категории анализа, разработанные для кодирования, представлены в Таблице 1.

**Таблица 1.** Кодбук по содержанию сатирического поста

| Код | Категория и описание | Описание                                                      |
|-----|----------------------|---------------------------------------------------------------|
| POL | Политика             | Сатира на власть, госорганы, чиновников, политические события |
| SOC | Социум               | Социальные явления, бытовые проблемы                          |
| FIN | Экономика            | Цены, инфляция, налоги, финансы, зарплаты, социальные выплаты |
| ENT | Шоу-бизнес           | Известные личности, инфлюенсеры, блогеры, скандалы            |
| CUL | Культура             | Сатира на артистов, кино, искусство, традиции, религия        |
| LAW | Право                | Гос.Документы, суды                                           |
| TRA | Транспорт            | Пробки, дороги, общественный транспорт, авиация               |
| SPT | Спорт                | Спорт, спортсмены                                             |
| ECO | Экология             | Загрязнения, заводы, АЭС                                      |
| EDU | Образование          | ВУЗы, школы, наука                                            |
| MED | Медицина             | Медицина, врачи                                               |

*Источник.* Автор

Для более полного понимания реакции аудитории на сатирический контент, помимо тематического кодирования публикаций, был разработан специальный инструмент (кодбук) для анализа эмоционального тона пользовательских комментариев (Таблица 2). Классифицирован этот тон как позитивный, нейтральный или негативный, рассматривая его как показатель характера восприятия контента. Такой подход, соответствующий современным методам анализа пользовательских реакций в цифровых медиа, дает возможность сопоставить тематику контента с эмоциональной составляющей обсуждений.

**Таблица 2.** Кодбук по эмоциональному тону комментариев

| Код | Категория   | Описание                                                            |
|-----|-------------|---------------------------------------------------------------------|
| POS | Позитивный  | Поддержка, смех, одобрение, согласие, эмпатия                       |
| NEU | Нейтральный | Констатация факта, уточнение, без выраженной эмоции                 |
| NEG | Негативный  | Агрессия, недоверие, критика, сарказм в сторону власти или общества |

*Источник.* Автор

Эмоциональный тон в процентном соотношении с количеством комментариев под публикациями поможет выявить сатирическую тему в определенном секторе, которая с наибольшим отрывом вызывает реакцию. В свою очередь качественный анализ комментариев, основанный на выявлении повторяющихся лексических и риторических элементов, позволяет дополнить количественные результаты и сформировать целостное представление о характере публичной реакции аудитории на сатирический контент.

## Результаты исследования

В ходе проведенного исследования был осуществлен анализ пятидесяти публикаций из Instagram-аккаунтов Qaznews24 (охватывающих период с 2022 по 2025 год) и Qazaqparat24 (начиная с 2025 года). Исследование включало в себя систематизацию контента по тематическим рубрикам и количественную оценку степени взаимодействия аудитории с публикациями (измеряемую по числу лайков, комментариев и репостов). Кроме того, была проведена оценка эмоциональной окраски комментариев пользователей, с последующим разделением их на позитивные, нейтральные и негативные.

*Количественный анализ. Общее распределение тематик*

Количественный анализ контента Qaznews24 выявил преобладание политических материалов, составивших 32% от общего объема исследованных публикаций. Социальные темы также заняли существенную долю, достигнув 24%. Материалы, посвященные экономике и шоу-бизнесу, были представлены в равной степени, каждая категория составила по 17%. Наименьшее представительство в контенте получили темы спорта, культуры, права, образования, экологии и транспорта, каждая из которых заняла около 4% от общего объема.

**Таблица 3.** Тематическое распределение публикаций Qaznews24

| Qaznews24 |                        |                  |
|-----------|------------------------|------------------|
| Сектор    | % от общего количества |                  |
|           | количество постов      | % от всех постов |
| POL       | 16                     | 32%              |
| SOC       | 12                     | 24%              |
| FIN       | 6                      | 12%              |

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| ENT | 6 | 12% |
| CUL | 2 | 4%  |
| LAW | 2 | 4%  |
| TRA | 2 | 4%  |
| SPT | 2 | 4%  |
| ECO | 2 | 4%  |
| EDU | 2 | 4%  |
| MED | 0 | 0%  |

*Источник. Автор*

Таким образом, совокупная доля социально-политической тематики в Qaznews24 является преобладающей, что указывает на фокус редакции на критическом осмыслении общественных и государственных процессов. Подобная структура контента позволяет интерпретировать сатирические публикации через призму теории фрейминга, согласно которой медиа формируют определённые когнитивные рамки восприятия событий (Гоффман, 1974). В данном случае можно говорить о доминировании фрейма критики власти и фрейма социальной несправедливости, задающих ироничный и одновременно критический тон интерпретации общественно значимых событий.

Qazaqparat24 представляет контент с иной тематической структурой. Наиболее популярными являются социальные темы (25%), затем идут политика и шоу-бизнес (по 17%), а спорт занимает 13%.

**Таблица 4.** Тематическое распределение публикаций Qazaqparat24

| Qazaqparat24 |                        |                  |
|--------------|------------------------|------------------|
| Сектор       | % от общего количества |                  |
|              | количество постов      | % от всех постов |
| SOC          | 12                     | 25%              |
| POL          | 8                      | 17%              |
| ENT          | 8                      | 17%              |
| SPT          | 6                      | 13%              |
| EDU          | 5                      | 10%              |
| FIN          | 3                      | 6%               |
| CUL          | 3                      | 6%               |
| TRA          | 2                      | 4%               |
| LAW          | 1                      | 2%               |
| ECO          | 1                      | 2%               |
| MED          | 1                      | 2%               |

*Источник. Автор*

Общая направленность контента – повседневные и развлекательные сюжеты, что формирует медиаобраз, ориентированный на лёгкость и обыденность. Это существенно отличается от более критической подачи материалов, присущей Qaznews24.

### *Вовлеченность аудитории*

Анализ вовлечённости аудитории выявил значительные расхождения в её реакции на разные тематические направления. На Qaznews24 публикации на социальные темы пользовались наибольшей популярностью, набирая в среднем 63 686 лайков. В противоположность этому, материалы о транспорте показали самый низкий уровень вовлечённости по этому показателю, получив в среднем лишь 9 072 лайка. Особо выделяется публикация о доступе к озеру Сайран, которая привлекла более 280 000 лайков. Наименее востребованными оказались экономические темы, с минимальным средним показателем в 2 162 лайка.

По количеству комментариев лидирующими оказались публикации политической тематики (23 700 комментариев), за которыми следуют социальные (14 500) и экологические материалы (12 000). Экономические темы вызвали наименьший отклик аудитории (156 комментариев). Анализ репостов показал, что наибольшей склонностью к распространению пользователи демонстрировали по отношению к социальным проблемам (240 000 репостов), экологической тематике (63 600) и публикациям о медийных личностях (50 600). Политические публикации, напротив, имели минимальное количество репостов (20), что может указывать на осторожность аудитории при распространении чувствительного контента.

**Таблица 5.** Средние показатели вовлеченности аудитории Qaznews24

| Qaznews24                                   |       |             |         |
|---------------------------------------------|-------|-------------|---------|
| Среднее значение по вовлеченности аудитории |       |             |         |
| сектор                                      | лайки | комментарий | репосты |
| ECO                                         | 21650 | 6442        | 34029   |
| POL                                         | 21828 | 4999        | 11163   |
| LAW                                         | 20500 | 4534        | 26550   |
| CUL                                         | 33450 | 3883        | 20000   |
| SOC                                         | 63686 | 3721        | 36546   |
| TRA                                         | 9072  | 2652        | 7413    |
| ENT                                         | 46467 | 2629        | 30089   |
| EDU                                         | 16550 | 2095        | 3303    |
| FIN                                         | 14972 | 1944        | 15715   |
| SPT                                         | 41200 | 1495        | 13850   |

|     |   |   |   |
|-----|---|---|---|
| MED | 0 | 0 | 0 |
|-----|---|---|---|

Источник. Автор

Qazaqparat24 показал иные цифры. Согласно полученным данным, самым максимальным показателем для публикаций оказались темы о социальных проблемах (105 тыс.), транспорте (89 500) и медицине (42 900), тогда как минимальное количество лайков было зафиксировано у материалов на тему спорта (317), шоу-бизнеса (570) и образования (669). По количеству комментариев от пользователей лидирующие позиции заняли тематики транспорта (10 200), две социальные темы с 9 845 и 9 738 лайками. По показателем последнее место разделили между собой тематика экономики (44) и спорта (19). 68 100 пользователей поделились публикацией о социальной проблеме, однако всего всего 39 человек заинтересовались темой спорта.

**Таблица 6.** Средние показатели вовлеченности аудитории Qazaqparat24

| Qazaqparat                               |       |             |         |
|------------------------------------------|-------|-------------|---------|
| Среднее значение вовлеченности аудитории |       |             |         |
| сектор                                   | лайки | комментарий | репосты |
| TRA                                      | 89500 | 10200       | 62900   |
| MED                                      | 42900 | 543         | 26500   |
| CUL                                      | 19197 | 2328        | 4489    |
| SPT                                      | 16330 | 949         | 14173   |
| SOC                                      | 15696 | 2132        | 18757   |
| ENT                                      | 11754 | 775         | 6971    |
| ECO                                      | 9579  | 2547        | 8903    |
| EDU                                      | 6938  | 546         | 7870    |
| POL                                      | 5137  | 677         | 2682    |
| LAW                                      | 2482  | 492         | 2037    |
| FIN                                      | 2378  | 204         | 1970    |

Источник. Автор

#### Анализ эмоциональной тональности

С целью углубленного изучения механизмов восприятия сатиры, было проведено исследование эмоциональной окраски пользовательских комментариев к материалам, опубликованным на платформах Qaznews24 и Qazaqparat24. В выборку вошли по пять наиболее популярных публикаций от каждого источника, что в совокупности составило 900 комментариев (по 90 на каждую публикацию). Каждый комментарий был классифицирован как позитивный, нейтральный или негативный.

Анализ комментариев к публикациям Qaznews24 выявил контраст в восприятии контента. Материалы об антикоррупционном сотрудничестве на международном уровне получали высокую оценку аудитории, с долей позитивных реакций до 84%, часто выраженных

в юмористической или ироничной форме. Напротив, публикации на социальные и политические темы вызвали наибольшее количество негативных откликов, достигавших 46%. При этом доля нейтральных комментариев, варьирующаяся от 11% до 31%, отражает наличие как эмоционально заряженных, так и более сдержанных мнений.

**Таблица 7.** Эмоциональная тональность комментариев к публикациям Qaznews24

| Код | Заголовок                                                                                                                                     | Кол-во<br>комме<br>нтов | Реакци<br>я POS | Реакция<br>NEU | Реакция<br>NEG | POS % | NEU % | NEG % |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------|----------------|----------------|-------|-------|-------|
| POL | Казахстан поделится с Руандой опытом по борьбе с коррупцией                                                                                   | 90                      | 76              | 10             | 4              | 84%   | 11%   | 4%    |
| SOC | Союз родителей Казахстана просит помиловать Перизат Кайрат, так как она совершила хищение ради мамы                                           | 90                      | 34              | 15             | 41             | 38%   | 17%   | 46%   |
| ECO | Министерство экологии Казахстана предлагает ввести штраф за использование кондиционера в автомобиле более 5 минут                             | 90                      | 33              | 20             | 37             | 37%   | 22%   | 41%   |
| POL | «Ведь именно он вернул столице ее историческое имя - Астана!» - Мади Ахметов предложил перенести день столицы на день рождения Токаева 18 мая | 90                      | 22              | 28             | 40             | 24%   | 31%   | 44%   |
| POL | Мади Ахметов предложил заменить в монументе Байтерек отпечаток руки Назарбаева на ладонь Токаева                                              | 90                      | 24              | 24             | 40             | 27%   | 27%   | 44%   |

Источник. Автор

Исследование комментариев к публикациям Qazaqparat24 показало выраженную тенденцию к критическому восприятию контента. Под политическими материалами доля негативных реакций составила 58%, в то время как позитивные комментарии были значительно менее распространены (17%). Аналогичная картина наблюдалась и в отношении социальных тем, где преобладали критические и ироничные оценки. Единственным исключением стала публикация, посвященная запрету определенных имен, где было зафиксировано равное

количество позитивных и нейтральных реакций (по 45%). Это свидетельствует о том, что аудитория Qazaqparat24 в целом склонна к более сдержанным и критическим обсуждениям, особенно в сфере социально-политической проблематики.

**Таблица 8.** Эмоциональная тональность комментариев к публикациям Qazaqparat24

| Код | Заголовок                                                                                                    | Кол-во<br>коммент<br>ов | Реакция<br>POS | Реакция<br>NEU | Реакция<br>NEG | POS % | NEU % | NEG % |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|-------|-------|-------|
| TRA | В Алматы за сутки расчленили 327 электросамокатов                                                            | 90                      | 34             | 22             | 34             | 38%   | 24%   | 38%   |
| SOC | С 9 мая в Казахстане вводятся ограничения на вечерние прогулки для граждан пенсионного возраста              | 90                      | 32             | 25             | 33             | 36%   | 28%   | 37%   |
| SOC | В Казахстане родителей, спящих с игрушками своих детей, могут лишить родительских прав                       | 90                      | 29             | 27             | 34             | 32%   | 30%   | 38%   |
| SOC | «Никаких Ұлболсын и Ұлтуар»: в Казахстане принят законопроект о запрете женских имен, производных от мужских | 90                      | 45             | 45             | 30             | 50%   | 50%   | 33%   |
| POL | Фостер ушел с поста из-за улыбки в мажилисе                                                                  | 90                      | 15             | 23             | 52             | 17%   | 26%   | 58%   |

*Источник. Автор*

Таким образом, количественный анализ показал, что сатира на социальные и политические темы наиболее вовлекает аудиторию. Внутренние новости чаще вызывают негативные или саркастические комментарии. Для полного понимания восприятия сатиры необходим качественный анализ комментариев, который раскроет семантику, иронию, юмор и социальную критику, не улавливаемые количественной классификацией.

#### *Качественный анализ. Выявление ключевых слов*

Для проведения углубленного изучения материала был осуществлен качественный анализ 90 пользовательских отзывов, отобранных из пяти наиболее востребованных публикаций. В отличие от традиционного количественного подхода, фокусирующегося на статистических данных, данное исследование ставило целью раскрыть нюансы смыслового и эмоционального восприятия сатирического контента. Исследование выявило значительную роль эмодзи в передаче эмоциональных оттенков в комментариях. Общее количество комментариев, содержащих эмодзи (самостоятельно или в сочетании с текстом), составило приблизительно 412. Данные наблюдений подтверждают, что эмодзи выполняют компенсаторную функцию, обогащая письменное сообщение эмоциональным подтекстом, подобно интонации и невербальным сигналам в устной речи (Дубровская, 2016).

Помимо эмодзи, в комментариях были выявлены повторяющиеся ключевые выражения, отражающие различные типы реакции аудитории. Фразы «очень смешно», «смешно», «хорошая шутка» указывают на позитивное восприятие юмористической составляющей сатирических публикаций. Вместе с тем подобные реакции нередко сопровождаются саркастическим подтекстом, направленным не столько на поддержку контента, сколько на ироничное дистанцирование от описываемой ситуации. Выражения «это что, шутка?», «это прикол?», «я надеюсь, это фейк» были выявлены в ходе качественного контент-анализа как повторяющиеся лексические маркеры когнитивной неопределенности и сомнения аудитории. Их использование преимущественно фиксировалось в комментариях к публикациям, стилистически приближенным к формату новостного сообщения, где сатирический характер текста был неочевиден. Подобные реакции интерпретируются как проявление затруднения в распознавании жанра и границы между сатирой и фактической информацией. Как отмечают Пайфер и Майрик (2021), когда сатира смешивается с новостями, люди могут начать сомневаться в правдивости информации и меньше ей доверять. Это особенно вероятно, если сатирический материал выглядит очень похоже на настоящие новости. Под публикацией Qazaqarat24 с заголовком «С 9 мая в Казахстане вводятся ограничения на вечерние прогулки для граждан пенсионного возраста» подобные реакции сопровождались словами «фейк», «что за бред», «нарушение прав», что указывает на размывание границы между сатирой и воспринимаемой реальностью.

Реакция аудитории на политические публикации Qaznews24, такие как «Казахстан поделится с Руандой опытом по борьбе с коррупцией», характеризуется преобладанием саркастических и ироничных комментариев. Эти высказывания направлены на критику как содержания новости, так и внутреннего социально-политического контекста. Частое появление слов «коррупция», «бедная Руанда», «только у нас» и «очень смешно» отражает скептицизм читателей и их склонность использовать сатиру для символического осмысления текущей ситуации.

Анализ качественных данных свидетельствует о том, что сатирический контент не только вызывает у зрителей эмоциональный отклик, но и активизирует когнитивные механизмы интерпретации. В процессе этой интерпретации юмор, ирония и сарказм служат инструментами для выражения критики социальных явлений и оценки текущих общественных процессов.

## Обсуждение результатов

Исследование демонстрирует, что сатирические аккаунты в Instagram выступают в роли важной площадки для публичных онлайн-дискуссий. Здесь пользователи не просто наслаждаются юмором, но и активно осмысливают актуальные социально-политические процессы. Высокая степень участия аудитории в обсуждении этих тем свидетельствует о её повышенном интересе и чувствительности к вопросам внутренней политики и работе государственных структур. Согласно теории фрейминга, обнаруженные закономерности указывают на то, что сатирические материалы создают прочные интерпретационные схемы, через которые аудитория осмысливает реальность. Учитывая преобладание социально-политических тем в сатире и характер откликов пользователей, можно утверждать, что доминирует критическое фреймирование. В этом контексте ирония и юмор выступают как средства для дистанцирования от официальных версий событий и выражения оценки власти и социальной системы. Таким образом, сатира не столько формирует убеждения, сколько открывает возможность для их публичного озвучивания.

Качественный анализ комментариев дополняет количественные метрики, демонстрируя, что доминирующими формами реакции аудитории являются сарказм, ироничный смех, а также выражения недоумения и критики. Данные реакции могут быть интерпретированы как проявления культурной и социальной критики в цифровой среде. Исследователи (Peifer & Lee, 2019) отмечают, что сатирические медиа зачастую используют журналистские форматы и

риторику новостных сообщений, что способствует созданию эффекта правдоподобия и размыванию границ между сатирическим и информационным дискурсами. Следовательно, аудитория может испытывать затруднения в жанровой идентификации, что находит отражение в комментариях, выражающих сомнение и попытки интерпретации контента. Реакции недоумения и сомнения, зафиксированные в комментариях, не следует интерпретировать как маркеры дезинформации. Они, напротив, свидетельствуют о гибридной функциональности сатирического контента в цифровой среде. В данном контексте сатира выступает в роли медиатора, соединяющего развлекательную функцию с критическим осмыслением реальности, тем самым иницируя дискурсивные практики и переоценку социально-политических процессов. Следовательно, юмор и сарказм приобретают статус не только эмоционального отклика, но и формы символического осмысления и коллективной рефлексии.

Изучение двух редакций выявило существенные различия в характере откликов аудитории. Если публикации Qaznews24 часто провоцируют ироничные и юмористические комментарии, то к материалам Qazaqparat24 аудитория чаще выражает сдержанные и критические суждения. Эти расхождения могут быть объяснены особенностями редакционного подхода, тематическими предпочтениями, ожиданиями целевой аудитории, а также тем, как именно достигается сатирический эффект – посредством гиперболы, абсурда или приближения к формату новостей. Важно понимать, что результаты исследования не позволяют утверждать о прямом влиянии сатирических материалов на трансформацию общественного мнения. Тем не менее, полученные данные свидетельствуют о том, что сатирические онлайн-медиа выступают в роли пространства для публичных дебатов. Здесь аудитория имеет возможность выражать свои оценочные суждения, сомнения и критически осмысливать социально-политическую повестку. Таким образом, сатира скорее способствует формированию особого способа реагирования и ведения дискуссий в онлайн-среде, нежели прямому навязыванию определенных позиций.

## Заключение

Целью данного исследования стало изучение сатирических онлайн-медиа в Казахстане как площадки для публичных дебатов в цифровом пространстве. На примере Instagram-аккаунтов Qaznews24 и Qazaqparat24, с применением смешанной методологии, сочетающей количественный контент-анализ и качественный анализ комментариев пользователей, были определены основные темы сатирического контента и особенности восприятия его аудиторией.

Результаты исследования демонстрируют, что публикации, ориентированные на социально-политическую повестку, характеризуются повышенной вовлеченностью аудитории в сравнении с иными тематическими категориями. Анализ комментариев выявил доминирование ироничных и саркастических форм выражения, а также наличие оценочных и критических суждений, направленных на рефлекссию общественных и политических процессов. Следовательно, сатирические публикации могут быть интерпретированы как медиатексты, иницирующие процессы интерпретации и переосмысления актуальных событий в контексте пользовательского онлайн-дискурса. Согласно принципам теории фрейминга, представленные результаты свидетельствуют о том, что сатира функционирует как инструмент формирования альтернативных интерпретационных схем. Эти схемы позволяют аудитории по-новому осмысливать социальную действительность. Важно отметить, что эффект заключается не в непосредственном изменении убеждений или взглядов, а в создании особого дискурсивного поля. В этом поле пользователи получают возможность выражать сомнения, критические замечания и проявлять ироничное отношение к доминирующим официальным нарративам.

Исследование двух версий контента выявило прямую зависимость между особенностями редакционного подхода и тематической направленности, с одной стороны, и характером откликов пользователей, с другой. Пользователи Qaznews24 склонны к более ироничным и юмористическим формам взаимодействия, в то время как комментарии к материалам

Qazaqparat24 отличаются сдержанностью и критическим настроем. Данные наблюдения подчеркивают, как влияют на характер публичного обсуждения и формы интерпретации социальной повестки в онлайн-пространстве.

Хотя результаты данного исследования следует интерпретировать с учетом его ограничений (анализ одной платформы и ограниченное число кейсов), оно открывает новые перспективы. Проведенная работа вносит ценный вклад в изучение сатирических медиа в казахстанском цифровом пространстве, расширяя понимание роли сатиры в онлайн-дискурсе и ее функции как инструмента символической интерпретации социально-политической повестки, что может послужить основой для дальнейших исследований.

## Список литературы

- Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. (2006). The Daily Show effect: Candidate evaluations, efficacy, and American youth. *American Politics Research*, 34(3), 341-367. <https://doi.org/10.1177/1532673X05280074>
- Baym, G. (2019). Satire and journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.871>
- Boukes, M. (2019). Agenda-setting with satire: How political satire increased TTIP's saliency on the public, media, and political agenda. *Political Communication*, 36(3), 426-451. doi: <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1498816>
- Boukes, M., Boomgaarden, H. G., Moorman, M., & de Vreese, C. H. (2014). Political news with a personal touch: How human interest framing indirectly affects policy attitudes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(1), 121-141. doi: [10.1177/1077699014558554](https://doi.org/10.1177/1077699014558554)
- Brugman, B. C., Burgers, C., Beukeboom, C. J., & Konijn, E. A. (2023). Frame repertoires at the genre level: An automated content analysis of character, emotional, and moral framing in satirical and regular news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(1), 1-23. doi: <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2164282>
- Brugman, B. C., Burgers, C., Beukeboom, C. J., & Konijn, E. A. (2022). Satirical news from left to right: Discursive integration in written online satire. *Journalism*, 23(8), 1626-1644. <https://doi.org/10.1177/1464884920979090>
- Dejean, A. (2016). PC is back in South Park: Framing social issues through satire. *Colloquy*, 12, 101-114. [https://www.calstatela.edu/sites/default/files/dejean\\_2\\_final\\_formatted.pdf](https://www.calstatela.edu/sites/default/files/dejean_2_final_formatted.pdf)
- Echeverría, M., & Rodelo, F. V. (2023). Political satire in the changing media landscape. In *Political entertainment in a post-authoritarian democracy: Humor and the Mexican media* (pp. 87-108). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003364382-7>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Hanson, G., & Haridakis, P. (2008). *YouTube users: Watching and sharing the news — A uses and gratifications approach*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 480-499. <https://doi.org/10.1177/107769900007700305>
- Human Rights Watch. (2024). Freedom of expression in Kazakhstan. <https://www.hrw.org/news/2024/06/22/new-mass-media-law-threatens-freedom-speech-information-kazakhstan>
- Jones, J. P. (2010). *Entertaining politics: Satiric television and political engagement*. Rowman & Littlefield.
- Lichtenstein, D., & Nitsch, C. (2021). *Framing of politics (Satirical Shows)*. DOCA – Database of Variables for Content Analysis, 1(3). <https://doi.org/10.34778/3h>
- Lichtenstein, D., Nitsch, C., & Wagner, A. (2021). Jokers or journalists? A study of satirists' motivations, role orientations, and understanding of satire. *Journalism Studies*, 22(6), 780-798. doi: [10.1080/1461670X.2021.1952476](https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952476)
- Medvedev, B. (2022). Overview of the construal level theory: History of formation, main provisions and research potential. *Journal of Modern Foreign Psychology*, 11(3), 127-139.

- <https://doi.org/10.17759/jmfp.2022110312>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51. doi: [10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x)
- Ödmark, S. (2021). Making news funny: Differences in news framing between journalists and comedians. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 22(5), 1206-1222. doi: [10.1177/1464884918820432](https://doi.org/10.1177/1464884918820432)
- Ödmark, S., & Nicolaï, J. (2024). Between headlines and punchlines: Journalistic role performance in Western news satire. *Journalism Practice*, 18(10), 2518–2538. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.953738>
- Painter, C. (2021). *Journalism ethics and political satire*. The Routledge Companion to Journalism Ethics. 1st Edition.
- Peifer, J., & Lee, T. (2019). Satire and journalism. Oxford Research Encyclopedia of Communication. doi: [10.1093/acrefore/9780190228613.013.871](https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.871)
- Peifer, J. T., & Myrick, J. G. (2021). Risky satire: Examining how a traditional news outlet's use of satire can affect audience perceptions and future engagement with the news source. *Journalism*, 22(7), 1629-1646. <https://doi.org/10.1177/1464884919833259>
- Skalicky, S., Brugman, B. C., Droog, E., & Burgers, C. (2023). *Satire from a far-away land: Psychological distance and satirical news*. *Information, Communication & Society*, 26(8), 1548–1565. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.2014545>
- Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S. Reese, O. Gandy, & A. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-106). Lawrence Erlbaum Associates.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(3), 130–147. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy002>
- Young, D. G. (2013). Laughter, learning, or enlightenment? Viewing and avoidance motivations behind the *Daily Show* and the *Colbert Report*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 153–169. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.787080>
- Альжанова, А. Б., & Альжанов, Б. (2019). *Комический дискурс русскоязычной прессы Казахстана*. Казахский национальный университет имени аль-Фараби.
- Аңсағанқызы, А. (2014). *Темірбек Қожаскеев шығармалары*. Айғаным.
- Ара-Шмель. (2004). *Казахстан. Национальная энциклопедия*. Қазақ энциклопедиясы.
- Дубровская, О. В. (2016). Эмодзи как средство невербальной молодежной коммуникации. *Филология. Журналистика. Педагогика*, (2), 101-103.
- Зверева, Е. А. (2022). Медиаобразовательный потенциал сатиры в цифровой среде: высмеивание достоверности. *Neofilologiya = Neophilology*. 8(4), 821–831. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-4-821-831>
- Зыкун, Н. (2014). Сатирические жанры в жанровой палитре журналистики: обобщение современных научных подходов. Вестник Томского государственного университета. Филология, 33(1), 200–211. <https://doi.org/10.17223/19986645/33/14>
- Зыкун, Н. (2015). Сатирические жанры журналистики: проблемы типологии. Вестник Томского государственного университета. Вестник Томского государственного университета. Филология, 33(1), 14–23. <https://doi.org/10.17223/19986645/33/14>
- Литошенко, М. (2014). *Сатирическая журналистика: от прошлого к настоящему*. Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина.
- Мусаев, А. (1997). *Поэтика казахской сатиры*. Санат.
- Пушкарёва, А. (2025). «Смеяться нельзя плакать: как сатира влияет на репутацию». Название источника <https://big-i.ru/liderstvo/psikhologiya/smeyatsya-nelzya-plakat-kak-satira-vliyaet-na-reputatsiyu/> Дата последнего просмотра: 12.10.2025
- Торткулбаева, Т. (2024). Сатирические произведения Аскара Токмагамбетова. *Yessenov Science Journal*, 46(1), 100–107. <https://doi.org/10.56525/IFFKU6290>

## References

- Alzhanova, A. B., & Alzhanov, B. (2019). Komicheskii diskurs russkoizyazychnoi pressy Kazakhstana [Comic discourse in the Russian-language press of Kazakhstan] Al Farabi Kazakh National University
- Angsagankyzy, A. (2014). Temirbek Qojakeev shygarmalary [Works by Temirbek Kozhakeyev]. Aiganym.
- Ara-Shmel. (2004). Kazakhstan. Natsionalnaya entsiklopedia [Kazakhstan. National Encyclopedia] Qazaq entsiklopediasy.
- Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. (2006). The Daily Show effect: Candidate evaluations, efficacy, and American youth. *American Politics Research*, 34(3), 341-367. <https://doi.org/10.1177/1532673X05280074>
- Baym, G. (2019). Satire and journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.871>
- Boukes, M. (2019). Agenda-setting with satire: How political satire increased TTIP's saliency on the public, media, and political agenda. *Political Communication*, 36(3), 426-451. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1498816>
- Boukes, M., Boomgaarden, H. G., Moorman, M., & de Vreese, C. H. (2014). Political news with a personal touch: How human interest framing indirectly affects policy attitudes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(1), 121-141. doi: 10.1177/1077699014558554
- Brugman, B. C., Burgers, C., Beukeboom, C. J., & Konijn, E. A. (2023). Frame repertoires at the genre level: An automated content analysis of character, emotional, and moral framing in satirical and regular news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(1), 1-23. doi: <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2164282>
- Brugman, B. C., Burgers, C., Beukeboom, C. J., & Konijn, E. A. (2022). Satirical news from left to right: Discursive integration in written online satire. *Journalism*, 23(8), 1626-1644. <https://doi.org/10.1177/1464884920979090>
- Dejean, A. (2016). PC is back in South Park: Framing social issues through satire. *Colloquy*, 12, 101-114. [https://www.calstatela.edu/sites/default/files/dejean\\_2\\_final\\_formatted.pdf](https://www.calstatela.edu/sites/default/files/dejean_2_final_formatted.pdf)
- Dubrovskaya, O. V. (2016). Emodzi kak sredstvo neverbalnoi molodezhnoi kommunikatsii [Emoji as a means of non-verbal youth communication]. *Philology. Journalism. Pedagogy*, (2), 101-103.
- Echeverría, M., & Rodelo, F. V. (2023). Political satire in the changing media landscape. In *Political entertainment in a post-authoritarian democracy: Humor and the Mexican media* (pp. 87-108). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003364382-7>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Hanson, G., & Haridakis, P. (2008). YouTube users: Watching and sharing the news: A uses and gratifications approach. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 480-499. <https://doi.org/10.1177/107769900007700305>
- Human Rights Watch. (2024). Freedom of expression in Kazakhstan. <https://www.hrw.org/news/2024/06/22/new-mass-media-law-threatens-freedom-speech-information-kazakhstan>
- Jones, J. P. (2010). *Entertaining politics: Satiric television and political engagement*. Rowman & Littlefield.
- Lichtenstein, D., & Nitsch, C. (2021). Framing of politics (Satirical Shows). *DOCA – Database of Variables for Content Analysis*, 1(3). <https://doi.org/10.34778/3h>
- Lichtenstein, D., Nitsch, C., & Wagner, A. (2021). Jokers or journalists? A study of satirists' motivations, role orientations, and understanding of satire. *Journalism Studies*, 22(6), 780-798. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952476>
- Medvedev, B. (2022). Overview of the construal level theory: History of formation, main provisions and research potential. *Journal of Modern Foreign Psychology*, 11(3), 127-139. <https://doi.org/10.17759/jmfp.2022110312>
- Musaev, A. (1997). *Poetika kazahskoi satiry [The poetics of Kazakh satire]*. Sanat.

- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
- Ödmark, S. (2021). Making news funny: Differences in news framing between journalists and comedians. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 22(5), 1206-1222. [10.1177/1464884918820432](https://doi.org/10.1177/1464884918820432)
- Ödmark, S., & Nicolaï, J. (2024). Between headlines and punchlines: Journalistic role performance in Western news satire. *Journalism Practice*, 18(10), 2518–2538. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.953738>
- Painter, C. (2021). *Journalism ethics and political satire. The Routledge Companion to Journalism Ethics*. 1st Edition.
- Peifer, J., & Lee, T. (2019). Satire and journalism. Oxford Research Encyclopedia of Communication. [10.1093/acrefore/9780190228613.013.871](https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.871)
- Peifer, J. T., & Myrick, J. G. (2021). Risky satire: Examining how a traditional news outlet's use of satire can affect audience perceptions and future engagement with the news source. *Journalism*, 22(7), 1629-1646. <https://doi.org/10.1177/1464884919833259>
- Pushkareva, A. (2025). Smeyatsya nelzia plakat': kak satira vliyaet na reputatsiu [Laughing or crying: how satire affects reputation]. *Psihologia. bolshe idei.* <https://big-i.ru/liderstvo/psikhologiya/smeyatsya-nelzya-plakat-kak-satira-vliyaet-na-reputatsiyu/>
- Skalicky, S., Brugman, B. C., Droog, E., & Burgers, C. (2023). *Satire from a far-away land: Psychological distance and satirical news. Information, Communication & Society*, 26(8), 1548–1565. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.2014545>
- Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S. Reese, O. Gandy, & A. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95–106). Lawrence Erlbaum Associates.
- Tandoc, E. (2019). Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why. Nanyang Technological University.
- Tortkylbaeva, T. (2024). Satiricheskie proizvedeniya Askara Tokmagambetova [Satirical works by Askar Tokmagambetov]. *Yessenov Science Journal*, 46(1), 100–107. <https://doi.org/10.56525/IFFKU6290>
- Young, D. G. (2013). Laughter, learning, or enlightenment? Viewing and avoidance motivations behind the *Daily Show* and the *Colbert Report*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 153–169. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.787080>.
- Zvereva, E. A. (2022). Mediaobrazovatelnyi potentsial satiry v tsifrovoy srede: vysmeivanie dostovernosti [The Media Educational Potential of Satire in the Digital Environment: Ridiculing Authenticity]. *Neophilology*. 8(4), 821–831. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-4-821-831>
- Zykun, N. (2014). *Satiricheskie zhanry v zhanrovoy palitre zhurnalistiki: obobshchenie sovremennykh nauchnykh podkhodov* [Satirical genres in the genre palette of journalism: A synthesis of contemporary scholarly approaches]. *Tomsk State University Journal of Philology*, 33(1), 200–211. <https://doi.org/10.17223/19986645/33/14>
- Zykun, N. (2015). *Satiricheskie zhanry zhurnalistiki: problemy tipologii* [Satirical genres of journalism: Problems of typology]. *Tomsk State University Journal of Philology*, 33(1), 14-23. <https://doi.org/10.17223/19986645/33/14>

FTAMP: 19.41.41

## **Сатиралық онлайн медианың қоғамдық дискурсты қалыптастырудағы рөлі: мысал ретінде Qaznews24 және Qazaqparat24 қолдану арқылы аудиторияның реакциясын талдау**

Ардақ Батырбекова  
SDU University, Каскелен, Казахстан  
email: [241309002@sdu.edu.kz](mailto:241309002@sdu.edu.kz)

### **Аңдатпа**

Сатиралық желілік БАҚ-тың серпінді өсуі жағдайында олардың қоғамдық цифрлық дискурстағы функционалдық рөлін және мақсатты аудиториямен өзара әрекеттесу ерекшеліктерін талдаудың маңыздылығы артып келеді. Бұл мақала Қазақстанның қоғамдық-саяси күн тәртібін түсіндірудің танымал платформасы ретінде орналасқан Qaznews24 және Qazaqparat24 сатиралық Instagram редакциялық сайттарына назар аударады. Зерттеудің негізгі мақсаты – сатиралық мазмұнның тақырыптық доминанттарын анықтау және қоғамдық онлайн дискурстағы аудитория реакцияларының заңдылықтарын талдау. Зерттеудің әдістемелік негізі сандық мазмұнды талдау мен қолданушылардың пікірлерін сапалы талдауды біріктіретін аралас тәсілге негізделген. Эмпирикалық зерттеу 50 жарияланымға олардың тақырыптық фокустары мен қатысу көрсеткіштеріне (лайктар, пікірлер, репосттар), сондай-ақ ең резонансты жарияланымдардан таңдалған 900 пікірге талдау жасайды және тоналды және лексикалық өңдеу жүргізеді. Зерттеу нәтижелері әлеуметтік-саяси басылымдардың аудиториясы ең жоғары екенін және пайдаланушылардың реакциясы көбіне ирония, сарказм мен құндылық пайымдаулары арқылы көрінетінін көрсетті. Фрейминг теориясы қорытындыларды түсіндіру үшін негізгі теориялық негіз ретінде қызмет етеді. Нәтижелер сатиралық онлайн-медиа қоғамдық цифрлық дискурстың маңызды құрамдас бөлігі. Бұл әлеуметтік маңызды тақырыптар бойынша сыни рефлексия үшін кеңістік жасайды.

**Кілт сөздер:** сатира, дискурс, Instagram, фрейминг, Қазақстан, цифрлық медиа

IRSTI: 19.41.41

## **The Role of Satirical Online Media in Shaping Public Discourse: An Analysis of Audience Reactions Using Qaznews24 and Qazaqparat24 as Examples**

Ardak Batyrbekova  
SDU University, Kaskelen, Kazakhstan  
email: [241309002@sdu.edu.kz](mailto:241309002@sdu.edu.kz)

### **Abstract**

In the context of the dynamic growth of satirical online media, the importance of analyzing their functional role in public digital discourse and the specifics of interaction with the target audience is growing. This article focuses on the satirical Instagram editorial sites Qaznews24 and Qazaqparat24, which are positioned as popular platforms for interpreting the socio-political agenda of Kazakhstan. The main goal of the study is to identify thematic dominants of satirical content and analyze patterns of audience reactions within the public online discourse. The research methodological framework is based on a mixed approach, integrating quantitative content analysis and qualitative analysis of user comments. The empirical study analyzed 50 publications based on their thematic focus and engagement metrics (likes, comments, reposts), as well as 900 comments selected from the most resonant publications, followed by tonal and lexical processing. The study's results demonstrate that sociopolitical publications generate the highest audience engagement, with user

reactions predominantly expressed through irony, sarcasm, and value judgments. Framing theory serves as a key theoretical framework for interpreting the findings. The findings suggest that satirical online media are a significant component of public digital discourse, creating a space for critical reflection on socially significant topics.

**Keywords:** satire, discourse, Instagram, framing, Kazakhstan, digital media

*Поступила: 14 ноября 2025 г.*

*Принята: 29 декабря 2025 г.*