

Мақпал Анламасова¹, Асем Кашкинбаева^{2*},

Жұлдыз Балмурзина³, Алия Нысанбаева⁴

¹Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік

университетінің доцент м.а., Ph.D.,

e-mail: anlamassova@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1880-9724>

²Ж.А.Ташенев атындағы университеті, Тарих және география
кафедрасының аға оқытушысы, автор-корреспондент,

*e-mail: asemai7@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7971-0096>

(Шымкент, Қазақстан)

³Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-
түрік университетінің магистранты,

e-mail: balmurzina01@bk.ru

<https://orcid.org/0009-0004-3564-4508>

⁴Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік
университетінің доцент м.а., с.ғ.к.,

e-mail: aliya.nyssanbayeva@ayu.edu.kz

<https://orcid.org/0000-0001-8500-8893>

(Түркістан, Қазақстан)

ЗАМАНАУИ САЯСИ КОММУНИКАЦИЯ ҚОҒАМДЫҚ САНАНЫ МАНИПУЛЯЦИЯЛАУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Аңдатпа. Мақалада қоғамдық санаға манипуляциялық әсер ету мүмкіндіктері тұрғысынан саяси коммуникация құбылысының әдістері қарастырылды. Қазіргі таңда елімізде әлеуметтік желілердегі саяси айла-шарғы жасаудың салдары мен тәсілдеріне байланысты мәселелерді шешу маңызды болып отыр. Әлеуметтік желілер арқылы саяси айла-шарғы жасау проблемалары отандық саясаттану аясында ғылыми түсінуді қажет ететін әрі зерттелмеген өзекті тақырыптардың бірі. Осы орайда, зерттеу жұмысымызда «Саяси манипуляция» ұғымы қарастырып, қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарын қоғамдық санаға манипуляциялық әсер ету құралы ретінде пайдаланудың ерекшеліктері мен әлеуетті мүмкіндіктері анықталды. Әлеуметтік желілердегі ұлттық деңгейде саяси айла-шарғы жасауға қарсы тұру мәселесі жеткілікті дамымаған. Осыған байланысты, шетелдік тәжірибені ескере отырып, мақаламызда Қазақстан Республикасында манипуляциялық саяси технологияларға қарсы тұру стратегиясы зерттелді.

Түйін сөздер: саясаттағы манипуляциялық технологиялар, қоғамдық сананы қалыптастыру, саяси мифологемалар, цифрлық және

виртуалды кеңістік, манипуляциялық ықпал ету тәсілдері, бұқаралық медиа, әлеуметтік коммуникациялық платформалар, саяси мінез-құлық психологиясы.

Макпал Анламасова, Асем Кашкинбаева, Жұлдыз Балмурзина, Алия Нысанбаева

СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ

Аннотация. В данной статье анализируются особенности политической коммуникации с акцентом на её потенциал манипулятивного влияния на общественное сознание. В настоящее время в стране важно решать вопросы, связанные с последствиями и способами политических манипуляций в социальных сетях. Проблемы политического манипулирования через социальные сети-одна из актуальных тем, которая требует научного понимания в рамках отечественной политологии и не изучена. Настоящая работа включает анализ понятия «политическая манипуляция», раскрывает его ключевые характеристики и демонстрирует потенциал современных средств массовой информации как инструмента манипуляции общественным сознанием. Проблема противодействия политическим манипуляциям в социальных сетях на национальном уровне недостаточно развита. В этой связи, с учетом зарубежного опыта, в нашей статье исследована стратегия противодействия манипулятивным политтехнологиям в Республике Казахстан.

Ключевые слова: *манипулятивные технологии в политике, формирование общественного сознания, политические мифологемы, цифровое и виртуальное пространство, техники манипулятивного воздействия, массовые медиа, социальные коммуникационные платформы, психология политического поведения.*

Makpal Anlamassova, Assem Kashkinbayeva, Zhuldyz Balmurzina, Aliya Nyssanbayeva

MODERN POLITICAL COMMUNICATION AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING PUBLIC AWARENESS

Annotation. This article analyzes the characteristics of political communication with a focus on its potential manipulative influence on public consciousness. Currently, it is important in the country to address issues related to the consequences and methods of political manipulation in social networks. The problems of political manipulation through social networks are one of the urgent topics that requires scientific understanding within the framework of domestic political science and has not been studied. The present study includes an analysis of the concept of «political manipulation», reveals its key characteristics, and

demonstrates the potential of modern mass media as a tool for manipulating public consciousness. The problem of countering political manipulation in social networks at the national level is insufficiently developed. In this regard, taking into account foreign experience, our article examines the strategy of countering manipulative political technologies in the Republic of Kazakhstan.

Keywords: *manipulative technologies in politics, formation of public consciousness, political mythologemes, digital and virtual space, techniques of manipulative influence, mass media, social communication platforms, psychology of political behavior.*

... жеке тұлға барған сайын манипуляцияға бейім.
Адамның жұмысы, тұтынуы, бос уақыты жарнама
мен идеологияның көмегімен басқарылады.

Бұқаралық ақпарат құралдары арқылы манипуляция жасау –
бұл адресаттың көзқарастарын, көзқарастарын, манипулятордың мүддесі
үшін адресаттың мінез - құлқын жасырын түрде өзгертуге бағытталған
психологиялық әсер ету түрі.

Эрих Фромм

Кіріспе

Қазақстандық қоғам дамуының қазіргі кезеңі баспасөздің, әлеуметтік желілердің, басқа да бұқаралық ақпарат құралдарының өсуімен, олардың қоғамдық санаға, адамдардың көңіл - күйі мен мінез - құлқына ықпалының күшеюімен сипатталады [1].

Қазіргі уақытта бұқаралық ақпарат құралдары жай ғана ақпаратты іздеу, өңдеу және тарату қызметін атқаратын қарапайым тетік болудан қалып, адамның ой-санасына, ішкі жан дүниесіне ықпал ететін әрі оны өзгертетін қуатты құралға айналуға.

Саяси манипуляция адамдардың саяси санасы мен мінез-құлқын жасырын басқару, оларды манипуляторлардың мүддесі үшін әрекет етуге немесе әрекетсіздікке мәжбүрлеу, манипулятордың ерік-жігерін жасырын әсер ету түрінде манипуляциялауға мәжбүрлеу ретінде анықтауға болады. Соңғы онжылдықта саяси манипуляция технологиясында айтарлықтай өзгерістер болды [2]. Олар жан-жақты, мобильді бола бастады, азаматтардың құндылық көзқарастарына саяси санаға сендіру әсерінің күші артты.

Қазіргі таңда елімізде әлеуметтік желілердегі саяси айла-шарғы жасаудың әдістері, салдары мен тәсілдеріне байланысты мәселелерді шешу маңызды болып отыр. Әлеуметтік желілері арқылы саяси айла-шарғы жасау проблемалары отандық саясаттану аясында ғылыми түсінуді қажет ететін әрі зерттелмеген өзекті тақырыптардың бірі.

Зерттеудің жұмысымыздың ең басты мәселесі - Қазақстан Республикасындағы әлеуметтік желілерде қолданылатын саяси манипуляция технологияларының тәжірибесін салыстырмалы зерттеу. Сәйкесінше, алынған мәліметтер негізінде қазіргі отандық әлеуметтік желіде және

бұқаралық ақпарат құралдарындағы манипуляциялық технологияларды қолдануға қарсы тұру бойынша ұсыныстар жасау.

Әлеуметтік желілердегі саяси айла - шарғы жасау мәселесі ресейлік және шетелдік саяси аренада ең көп талқыланатын мәселелердің бірі болып табылады [3]. Отандық саяси ғылымда әлеуметтік желілердегі саяси манипуляция әлеуетін зерттеуге арналған жұмыстар мүлдем жоқ. Мақаламыздың ғылыми даму перспективасын осы бағытқа арнаймыз.

Зерттеу жұмысымыздың мақсаты - объективті және субъективті факторларды талдау арқылы бұқаралық ақпарат құралдарына манипуляциялық әсерге қарсы тұру принциптерін, формалары мен әдістерін әзірлеу. Бұқаралық ақпарат құралдарынан халыққа жасалатын саяси айла-шарғылар әдістерін анықтау.

Зерттеу жұмысымыздың ерекшелігі. Қазіргі бұқаралық ақпарат құралдары мақсатты аудиторияға ықпал ететін негізгі коммуникациялық арналардың бірі бола отырып, бүгінде азаматтардың жекелеген саяси оқиғалар мен құбылыстарды қабылдауына ғана емес, жалпы саясатқа деген көзқарасының қалыптасуына да елеулі әсер ету мүмкіндігіне ие [4]. Қоғамның көптеген мүшелерінің осы немесе басқа саяси мәселе бойынша ұстанымы бұқаралық ақпарат құралдарының ұстанымымен жиі өзгеріске ұшырап отырады. Мақаламызда жоғарыда аталған мәселені толықтай ашамыз. Сондықтан бұқаралық ақпарат құралдарын қоғамда төртінші билік деп атайды. Өйткені журналдар мен БАҚ-тың белгілі бір оқиғаны қалай түсіндіретіні олардың мүдделеріне сәйкес қалыптасқан көзқарастарымен байланысты, ал бұл өз кезегінде қоғамдық сананың сол оқиғаны әртүрлі қырынан қабылдауына ықпал ете алады. Мақаламыздың зерттеу бағытының да маңыздылығы осында.

Зерттеу әдістері. Еліміздегі әлеуметтік желілердегі саяси айла-шарғы жасаудың салдары мен тәсілдеріне байланысты мәселелерді шешу маңызды болып отыр. Заманауи саяси коммуникация қоғамдық сананы манипуляциялау барысындағы мәнін, концептуалдығын ашып көрсету үшін бірқатар гуманитарлы ғылымдардың, соның ішінде саясаттану, әлеуметтану ғылымдарының әдістемелік арсеналы қажет. Осыған орай мақаланы жазу барысында кейс-әдіс, салыстырмалы, тариха талдау әдістері қолданылды

Зерттеулерге шолу. Манипуляция - Бұл адресаттың көзқарастарын, көзқарастарын, манипулятордың мүддесі үшін адресаттың мінез - құлқын жасырын түрде өзгертуге бағытталған психологиялық әсер ету түрі, адресатпен болып жатқан өзгерістер байқалмауы, бейсаналық болуы үшін манипулятордан шеберлікті талап етеді.Үгіт, насихат, саяси жарнама мен қоғаммен байланыс сияқты дәстүрлі коммуникациялық ықпал ету әдістері мақсатты аудиторияға тікелей әсер етумен шектелмей, саяси науқандар кезінде бұқаралық ақпарат құралдары көбінесе олардың ойлау жүйесі мен мінез-құлқына жасырын ықпал етудің түрлі тәсілдерін пайдаланады.

Макиавелли бағытын ұстанған саясаттанушылардың пайымдауынша, саясаттың өзі – адамдарды манипуляциялау өнері.

Ал Г. Шиллер еңбектерінде манипуляция тақырыбына назар аударып, оның тиімділігі жасырын әрі байқалмай жүргізілген жағдайда ғана жоғары болатынын атап көрсетеді. Манипулятор үшін басты шарт – істеліп жатқанның барлығы табиғи әрі міндетті нәрседей көрінуі. Сондай-ақ, манипуляция фактісі адамның жадында сақталмайды. Басқаша айтқанда, манипуляция табысты болуы үшін оның жасырын түрде, жалған шындық негізінде жүргізілуі керек [5].

Өз кезегінде қазіргі орыс ғалымы А.И. Соловьев манипуляцияны коммуникатордың өзін жасыруға бағытталған ақпараттық әсердің ерекше түрі ретінде анықтайды [6].

Басқаша айтқанда, манипуляция - бұл жасырын ақпараттың және алушының ниеттерін бағдарламалаудың бір түрі.

Г.В. Пушкарева жазғандай, «манипулятор әрдайым жасырын әсерге жүгінеді, осылайша адамды ақпаратты сыни тұрғыдан қабылдау, өз бетінше ойлау және шешім қабылдау мүмкіндігінен айырады» - дейді [7].

Осыған сүйене отырып, біз саяси манипуляцияны саяси манипуляция субъектісінің мүддесі үшін белгілі бір әрекеттерге итермелеу мақсатында адамдардың саяси санасы мен мінез - құлқына жасырын әсер ету және басқару ретінде анықтай аламыз.

Осылайша, саяси манипуляцияның мақсаты - жасырын құралдардың көмегімен немесе шынайы саяси мақсаттарды жасыру арқылы билікті алу, ұстап қалу, бөлу және жүзеге асыру [8].

Сонымен қатар, саяси науқандарда манипуляция әдістерін қолдану саяси мақсаттарға жетудің тиімді әдістерін ұтымды таңдау тұрғысынан түсінікті.

Қолданыстағы әдебиеттерде БАҚ, әдетте, манипуляциялық әсер ету субъектісі ретінде сипатталады және талданады.

С.Қара-Мурза мектепті, ғылымды және бұқаралық ақпарат құралдарын сананы манипуляциялау агенттері деп атайды [9].

Басқа авторлар БАҚ-қа сыртқы әсерлердің бар екенін мойындайды, оларды тәуелсіз зерттеу нысаны ретінде көрсетпейді.

А. Цуладзе былай деп жазады: «Билік адамдарды манипуляциялайды – бұл жерде ешқандай құпия жоқ. Ол мұны қоғамдық байланыс арналары арқылы ашық жасайды, яғни манипуляция процесінің өзі көзге көрінетін сияқты». Содан кейін ол сұрақтар қояды: «Неге адамдардың бұқаралық санасы ақпараттық әсерге соншалықты сезімтал? Ұлы манипуляциялық ойынның ережелері қандай және соңында кім жеңіске жетеді?» Бұл жерде БАҚ басқарылатын, бірақ сонымен бірге жеткілікті түрде тәуелсіз ықпал ету субъектісі ретінде қарастырылады [2]. Автор тек «БАҚ-тың өзі кейде айла-шарғы жасау объектісіне айналады» деп ғана атап өтіп, БАҚ-тың өзінің манипуляциялық әлеуетіне назар аударады.

Е. Дьякова мен А. Трахтенбергтің еңбектерінде бұқаралық коммуникация қазірдің өзінде айтарлықтай дәрежеде, атап айтқанда, билік құрылымдарының ықпал ету объектісі ретінде қарастырылады. Автор-

лар бұқаралық ақпарат құралдарын толығымен билік бақылайтын және аудиторияның санасы мен мінез-құлқын абсолютті бақылайтын үстемдік моделін жүргізетін арена деп есептейді [10].

Энтони Р. Пратканис пен Эллиот Аронсон әлеуметтік желіде жасалатын саяси манипуляция әдістерін зерттегеннен кейін кітапты «саяси манипуляция - біздің өмірімізге әсерін шектеу және демократияның негізі ашық және адал болуын қамтамасыз етуге шеуге» - деп түсіндірді. Америкалық авторлар БАҚ-ты ең алдымен жұртшылыққа манипуляциялық әсер ету көзі ретінде қарастырып өтті [11]. Оның негізгі мақсаты - бұқаралық ақпарат құралдарында және саяси элиталардың пікірталастарында орын алған әртүрлі факторлар мен ауысулардың әсерінен қоғамдық пікірді қалыптастыру схемасын визуализациялау. Энтони Р. Пратканис пен Эллиот Аронсон қоғамның 1-2%-ы элита, 5-10%-ы саяси сауатты азаматтар, ал шамамен 90%-ы аз білімді, басқаша айтқанда, саяси көзқарастары толығымен қалыптасқан азаматтар деп санайды. Қоғамдағы 90%- саяси сауатсыз адамдардың пікіріне әсер ету, саяси манипуляция жасау өте оңай дағды деп түсіндіреді.

Басқаша айтқанда, манипулятор үшін шынайы мақсатты жасырып қана қоймай, сонымен қатар кейде басқа біреудің бар болуын таңу маңызды.

Зерттелетін ұғымның толығырақ сипаттамасын Эллиот Аронсон өз еңбегінде ашық көрсетті [11]:

Қоғамдық сананы басқару, саяси айла-шарға жасау дегеніміз:

- 1) жеке адамға психологиялық әсер ету;
- 2) манипуляция объектілері қол жеткізу құралы ретінде әрекет етеді;
- 3) бір жақты пайдаға ұмтылу;
- 4) адамдарға жасырын әсер ету;
- 5) (психологиялық) күш қолдану, адамды қолдану, әлсіз жақтарын пайдалану (психологиялық осалдық);
- 6) манипуляциялық әрекеттерді кәсіби түрде жүзеге асыру».

А.М. Цуладзе еңбектерінде манипуляцияны үш деңгейде қолдануға болатыны туралы айтады: тұлғааралық (тұлға - тұлға), топтық (адам - топ) және массалық (адам - масса) [2].

Зерттеудің осы кезеңінде «саяси манипуляция» терминінің ерекшеліктерін түсіндіру қажет, өйткені жұмыс ең алдымен, өз кезегінде, саясаттағы манипуляциялық технологиялар туралы. Айта кету керек, саяси манипуляция жалпы манипуляция сияқты сипаттамаларға ие, бірақ бір өте маңызды ерекшелігі бар:

- нақты саяси мақсаттарға қол жеткізу үшін қолданылады;
- саяси манипуляция билікті алу, жүзеге асыру және қолдау үшін қолданылады.

БАҚ-та саяси манипуляция технологияларын пайдалануды талдау саласындағы ең маңызды ғылыми еңбектер Франкфурт мектебінің өкілдеріне тиесілі. Бұл, атап айтқанда, неомарксистік көзқарастың ізбасарлары: Герберт Маркузеф, Теодор Адорно, Макс Хоркгеймер. Аталған ғалымдар жасаған негізгі қорытынды - «бұқаралық ақпарат құралдары -

манипуляцияның, бағынудың және басқарудың пассивті объектісі ретінде әрекет ететін адамдардың санасы мен мінез-құлқына әсер етеді» - деген пікірге тоқталды.

Әдебиеттерге шолу бірнеше қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Біріншіден, қолданыстағы әдебиеттерде бұқаралық ақпарат құралдарына ғылыми түсінік ретінде манипуляциялық әсер ету мәселесі іс жүзінде жоқ. Кейбір авторлар оның бар екенін ғана мойындайды.

Екіншіден, әртүрлі мемлекеттік, қаржылық - өнеркәсіптік, саяси және басқа құрылымдардың өз мақсаттарына жету үшін БАҚ-қа манипуляциялық әсер ету технологиялары білікті жан-жақты зерттеуді қажет ететін күрделі ғылыми және практикалық проблема болып табылады.

Үшіншіден, мұндай зерттеудің практикалық салдары манипуляциялық әдістерді анықтауға және тиісті қарсылықты табуға көмектесетін журналистердің «қауіпсіздік техникасының» белгілі бір ережелерін әзірлеуге дейін азаяды.

Нәтижелер және талқылау

Бұқаралық ақпарат құралдары, атап айтқанда әлеуметтік желілері, көбінесе олар қоғамдық сананы саяси манипуляциялау құралы ретінде әрекет етеді. Бұл факт біздің жұмысымыздың негізгі зерттеу объектісіне айналды.

Бұқаралық ақпарат құралдары мен коммуникация технологияларының дамуы қазіргі таңда қоғамдық сананы саяси манипуляциялауға кеңінен жол ашып отыр. Ақпараттық қоғам қалыптасып, біз күн сайын орасан зор деректер легін қабылдаймыз: теледидар мен радио хабарлары, дәстүрлі медиа материалдары, интернеттегі жаңалықтар порталдары, блогтар, арнаулы жаңалық арналары, форумдар мен түрлі онлайн қауымдастықтар және тағы басқа көздер арқылы [12]. Бүгінгі таңда тұрақты ақпараттық әсерге ұшырамайтын адамды елестету мүмкін емес. Күн сайын біз жаңа және жаңа коммуникацияларға ену арқылы көбірек ақпаратты тұтынамыз және кей кезде тіпті өзіміз қалай саяси манипуляция құрбаны болып жатқанымызды да байқамаймыз.

1-суреттегі статистикаға сүйене отырып, Қазақстандағы интернет қолданушылар санының динамикасы қоғамның цифрлық кеңістікке ену үдерісін айқын көрсетеді. Сурет деректеріне сүйенсек, 2010 жылдары интернетті пайдалану көрсеткіші халықтың жартысынан азын қамтыған болса, 2023 жылға қарай бұл көрсеткіш 90 пайыздан асып отыр. Мұндай өсім елдің ақпараттық инфрақұрылымының дамуын ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік желілердің негізгі ақпарат көзіне айналуына алғышарттар жасағанын білдіреді.

1-сурет. Қазақстан Республикасында 2024 жылдың бірінші тоқсанында 16-64 жас аралығындағы интернетті пайдаланушылар саны [13]



Интернет қолданушылар санының артуы саяси коммуникация үшін жаңа жағдай қалыптастырды. Бұрын ақпарат алмасу негізінен дәстүрлі БАҚ арқылы жүзеге асса, бүгінде интернет пен әлеуметтік желілер негізгі жаңалық көзі ретінде қызмет етуде. Datareportal деректері бойынша, Қазақстан халқының басым бөлігі жаңалықты дәл осы интернеттен алады, бұл өз кезегінде онлайн кеңістікте жалған ақпарат пен манипуляция ықпалының күшеюіне мүмкіндік туғызады.

Интернет аудиториясының ұлғаюы жастардың саяси белсенділігіне де ықпал етіп отыр. Әсіресе TikTok, Instagram және Telegram сияқты платформалар жастардың ақпарат алу, пікір білдіру және қоғамдық бастамаларға

қатысу тәжірибесін қалыптастыратын басты құралға айналды. Бұл құбылыс бір жағынан демократиялық қатысуға жол ашса, екінші жағынан манипуляциялық ықпал ету қаупін арттырады.

Жалпы алғанда, интернет қолданушылар санының үздіксіз өсуі Қазақстандағы ақпараттық кеңістіктің ауқымын кеңейтіп, әлеуметтік желілерді қоғамдық санаға ықпал ететін негізгі арнаға айналдырғанын дәлелдейді. Осы тұрғыдан алғанда, интернеттің қолжетімділігін арттыру қоғамды цифрландырумен қатар саяси коммуникациядағы жаңа сын-тегеуріндерді де алға шығарып отыр.

Зерттеулер көрсеткендей, елімізде 16–29 жас аралығындағы азаматтардың басым бөлігі саяси және қоғамдық ақпаратты дәстүрлі БАҚ-қа қарағанда әлеуметтік желілерден жиі алады. Әсіресе TikTok платформасы жастар арасында қоғамдық пікірталастардың жаңа форматын қалыптастыруда. Қысқа видеолар арқылы таралатын ақпарат жылдам қабылданады әрі кең аудиторияға жетеді.

І-сұреттегі статистикаға сүйенсек, Қазақстан қоғамында әлеуметтік желілердің қоғамдық пікір қалыптастырудағы рөлі жылдан-жылға артып келетінін байқаймыз. Бүгінде елімізде бұқаралық ақпарат құралдарымен қатар, Telegram, Facebook, Instagram және TikTok сияқты платформалар саяси ақпаратты тарату мен қабылдаудың негізгі арналарына айналды.

Соңғы 6 жылдықта отандық саяси контексте сайлау және референдум процестері әлеуметтік желілердің ықпалын айқын көрсететін процесстерге айналып отыр. 2019 жылғы президенттік сайлау кезінде әлеуметтік желілерде түрлі қоғамдық пікірталастар өрбіді. Азаматтар кандидаттарға қатысты ойларын ашық білдіріп, бейресми ақпарат көздері белсенділік танытты. 2022 жылғы конституциялық референдум кезінде Telegram арналар негізгі коммуникациялық құралға айналып, халыққа түсіндірме материалдармен қатар әртүрлі көзқарастарды жеткізді. Бұл құбылыс әлеуметтік желілердің саяси ақпаратты жеткізуші ғана емес, сонымен бірге қоғамдық пікірді қалыптастырушы құралға айналғанын көрсетеді.

Қоғамдық оқиғалар барысында да әлеуметтік желілер ерекше орынға ие. 2022 жылғы Қаңтар оқиғасы кезінде әлеуметтік желілер арқылы үлкен көлемде ақпарат таралды. Оның ішінде тек ресми деректер ғана емес, расталмаған және эмоциялық тұрғыда әсер етуге бағытталған мәліметтер де болды. Мұндай жағдайлар әлеуметтік желілердің ақпараттық қауіпсіздікке әсерін және оларды басқару мәселесінің өзектілігін дәлелдейді.

COVID-19 пандемиясы кезінде әлеуметтік желілерде вакцинаға қатысты жалған ақпараттар мен конспирологиялық теориялардың таралуы азаматтардың шешім қабылдауына ықпал етіп, ақпараттық кеңістіктегі манипуляцияның қоғамдық денсаулық саласына да әсер ететінін көрсетті.

Ал 2022 жылғы конституциялық референдум барысында әлеуметтік желілерде ресми түсіндірмелермен қатар бейресми пікірлер де белсенді таралды, нәтижесінде Telegram, TikTok және Instagram қоғамдық пікірді қалыптастырудағы негізгі құралдардың біріне айналды. Бұл оқиғалардың барлығы әлеуметтік желілердің Қазақстандағы қоғамдық-саяси процестер-

де екіжақты сипатқа ие екенін айғақтайды: бір жағынан олар азаматтық пікір білдірудің жаңа арнасын ашса, екінші жағынан қоғамдық санаға манипуляциялық ықпал ету мүмкіндігін күшейтеді.

Азаматтық белсенділікті ұйымдастыру мысалдары да әлеуметтік желілердің қоғамдағы ықпалын айқындайды. Экологиялық бастамалар, әлеуметтік акциялар немесе жергілікті мәселелерге байланысты пікірталастар көбіне Facebook пен Instagram арқылы жарияланып, кең қолдау табады. Бұл жағдай әлеуметтік желілердің тек саяси емес, әлеуметтік-саяси кеңістікті де қалыптастыруға әсер ететінін байқатады.

Зерттеу жұмысымызды жүргізе келе, әлеуметтік желілердің отандық саяси коммуникациядағы рөлін McCombs пен Shaw-дың күн тәртібін белгілеу теориясы (agenda-setting theory) тұрғысынан қарастыруға болады. Бұл теория бойынша, ақпарат құралдары қоғам назарын белгілі бір тақырыптарға бағыттап отырып, сол мәселелердің маңыздылығын айқындайды. Қазақстандағы әлеуметтік желілер дәл осындай қызмет атқарып отыр: белгілі бір хэштегтер мен тақырыптардың кең таралуы қоғамдық пікірді қалыптастыруға ықпал етеді.

Мысалы, 2019 жылғы сайлау кезінде әлеуметтік желілерде тараған «Менің дауысым маңызды» ұраны қоғамда белсенділікке шақырушы құрал ретінде қолданылды. Ал Қаңтар оқиғасы кезінде Telegram арналары арқылы тараған расталмаған ақпарат қоғамда сенімсіздік пен алаңдаушылық тудырды. Бұл екі түрлі мысал әлеуметтік желілердің екіжақты сипатын дәлелдейді: олар бір мезетте демократиялық дискурс алаңы да, манипуляциялық ықпал ету арнасы да бола алады.

Қазақстан тәжірибесі көрсеткендей, әлеуметтік желілер қазіргі саяси коммуникация жүйесінде ерекше орынға ие. Олар қоғамдық пікірдің ашық қалыптасуына ықпал ете отырып, сонымен қатар жалған ақпарат немесе мақсатты бұрмалаулар арқылы қоғамдық сананы манипуляциялауға да мүмкіндік береді. Сондықтан ұлттық деңгейде медиа сауаттылықты дамыту, фактчекинг мәдениетін нығайту және әлеуметтік желілердің реттелуі туралы ғылыми талқылауларды күшейту маңызды.

Жалпы, бұқаралық коммуникациялардың заманауи технологиялары мақсатты аудиторияға кез - келген уақытта және кез - келген жерде әр түрлі ақпаратты жеткізуге мүмкіндік беретіндігін ескере отырып, жаһандық ақпараттық-коммуникациялық кеңістіктегі манипуляциялық әсер ету мүмкіндіктері бізге өте маңызды болып көрінеді, сонымен қатар олар күн сайын арта түседі. Қазіргі бұқаралық ақпарат құралдары манипуляциялық коммуникацияның басты арналарын қалыптастыра отырып, азаматтардың тек жекелеген саяси оқиғалар мен құбылыстарды қабылдауына ғана емес, жалпы саясатқа деген қатынасына да айтарлықтай ықпал ете алатын әлеуетке ие [14]. Көптеген азаматтардың белгілі бір саяси мәселеге қатысты көзқарасы көбіне бұқаралық ақпарат құралдарының ұстанымына тәуелді. Осы себепті БАҚ «төртінші билік» деп аталады. Газеттер мен медианың белгілі бір оқиғаны түсіндіруі олардың мүдделерін бейнелейтін позицияға байланысты болып, қоғам санасында сол оқиғаны қабылдаудың мүлде

өзгеше үлгілерін қалыптастыруы мүмкін.

Бұл үдерісте әлеуметтік желілердің алатын орны айрықша. Саяси психология бойынша белгілі ресейлік ғалым Е.Б. Шестопал әлеуметтік желілерді қазіргі заманғы мемлекеттерде саяси басқаруды жүзеге асырудың басты ақпараттық құралы ретінде атап көрсетуі де кездейсоқ емес [15]. Әлеуметтік желілер әр елде саяси науқандарда жетекші рөл атқаратынын атап өтсек болады. Әлеуметтік желі сайлаушылардың дүниетанымын қалыптастыру және басқару үшін үлкен мүмкіндіктерге ие болып табылады.

Әлеуметтік желілердің басты ерекшелігі – ақпараттың жылдам таралуы мен аудиторияға тікелей жетуі. Дәстүрлі БАҚ-қа қарағанда әлеуметтік желілерде:

- ақпаратты ресми сүзгілеу аз;
- пікір білдіру демократиялығы жоғары;
- әрбір қолданушы ақпараттың өндірушісі де, тұтынушысы да бола алады.

Бұл қасиеттер әлеуметтік желілерді саяси манипуляция үшін де қолайлы алаңға айналдырады. Қазақстан жағдайында бұл құбылыс екі бағытта көрінеді:

1. Ресми дискурс – мемлекеттік құрылымдар әлеуметтік желілерді халықпен байланыс құралы ретінде пайдаланады.

2. Бейресми дискурс – тәуелсіз арналар мен жеке тұлғалар әлеуметтік желілерді балама пікір тарату және қоғамдық қолдау табу үшін қолданады.

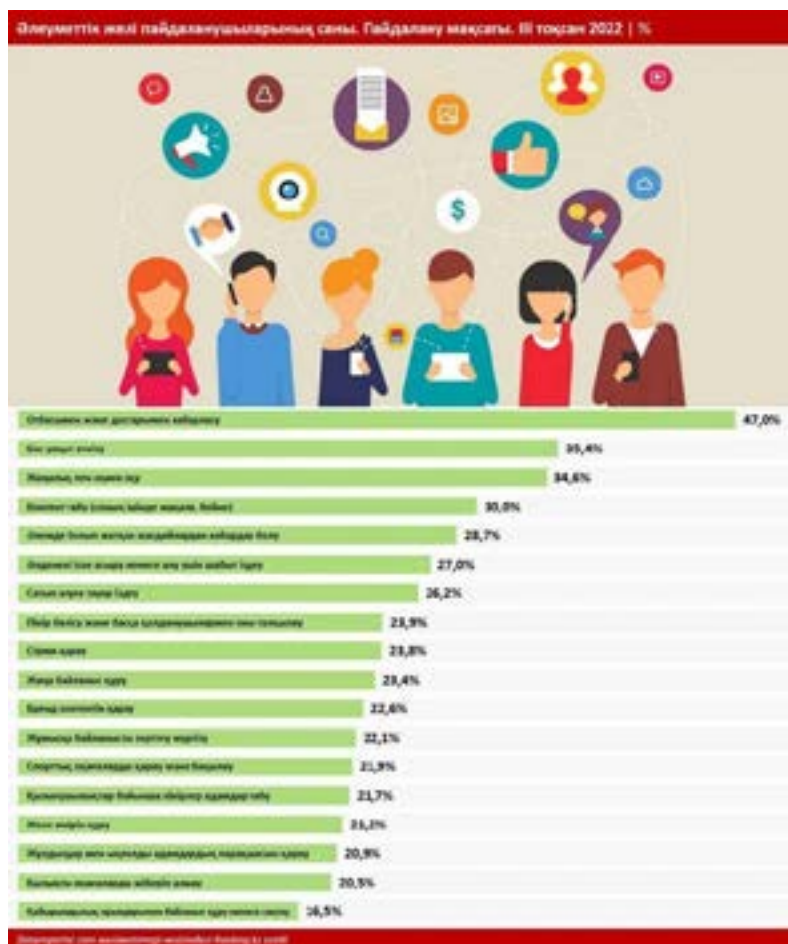
Қазақстандық тәжірибеде әлеуметтік желілердегі манипуляцияның бірнеше формасы байқалады. Ең алдымен, ақпараттық күн тәртібін басқару тетігі кеңінен қолданылады: мемлекеттік органдар мен саяси акторлар белгілі бір тақырыптарды жиі көтеру арқылы қоғамдық назарды өздеріне тиімді бағытқа шоғырландырады. Сонымен қатар, жалған ақпарат тарату құбылысы да өзекті болып отыр. Әлеуметтік желілер тек жекелеген саяси оқиғаларға реакция білдіру құралы ғана емес, сонымен қатар қоғамдық сананы ұзақ мерзімді қалыптастырушы факторға айналып келеді. Біріншіден, жастардың саяси мәдениеті осы алаңдар арқылы белсенді түрде қалыптасуда. Әлеуметтік желілерде таралатын ақпарат жастардың құндылықтары мен көзқарастарына тікелей ықпал етіп, сайлау немесе референдумға қатысуға шақыратын челленджер олардың саяси белсенділігін арттыруға себеп болады. Екіншіден, қоғамдық сенім мәселесі өзекті. Factcheck.kz және Stopfake.kz сияқты ұйымдардың жұмыс тәжірибесі әлеуметтік желілерде жалған ақпаратты әшкерелеу әрекеттерінің жүйелі түрде жүргізіліп отырғанын көрсетеді. Дегенмен, халықтың елеулі бөлігі әлі де ақпараттың шынайылығына күмән келтіреді, бұл медиа сауаттылық деңгейінің жеткіліксіздігін аңғартады. Үшіншіден, әлеуметтік желілер ұжымдық әрекетті ұйымдастыру алаңына айналууда. Экологиялық бастамалар мен әлеуметтік сипаттағы қозғалыстардың көпшілігі осы платформаларда жарияланып, қоғам тарапынан қолдау тауып, жаңа белсенділік формаларының қалыптасуына ықпал етуде.

Қазақстан тәжірибесі көрсеткендей, әлеуметтік желілер бір мезетте

демократиялық дискурс алаңы да, манипуляциялық ықпал ету құралы да бола алады. Жалған ақпарат пен мақсатты саяси технологиялар қоғамда сенім дағдарысына әкелсе, азаматтық бастамалар қоғамдық белсенділікті арттыруға ықпал етеді. Осыған байланысты төмендегі ұсыныстарды атап өтуге болады:

- әлеуметтік желілерде жалған ақпараттың таралуын шектейтін құқықтық нормаларды жетілдіру;
- азаматтардың медиа сауаттылығын арттыруға бағытталған бағдарламаларды іске асыру;
- фактчекинг ұйымдарының жұмысын қолдау;
- шетелдік тәжірибелерді зерделей отырып, ақпараттық қауіпсіздікті нығайту.

2-сурет. Қазақстандағы әлеуметтік желі қолданушыларының саны және пайдалану мақсаттары, 2022 жылдың III тоқсаны (Datareportal.com, Ranking.kz деректері негізінде құрастырылды) [16]



Сауалнама нәтижелері қазақстандықтардың әлеуметтік желілерді түрлі мақсатта пайдаланатынын көрсеткенімен, дәл осы факторлар олардың санасын манипуляциялауға қолайлы жағдай жасайтынын да аңғартады. Мәселен, респонденттердің 34,6%-ының жаңалық пен оқиға оқуға бейім екендігі әлеуметтік желілерді ақпарат көзі ретінде қабылдайтындар санын айқындайды. Бұл жағдайда қолданушы көбіне ресми емес дереккөздерге сүйеніп, расталмаған немесе бұрмаланған ақпаратты да шынайы деп қабылдауы мүмкін. Осылайша, жаңалыққа сенім артқан аудитория манипуляцияға бейім келеді.

Сонымен қатар, пайдаланушылардың 27%-ының әлеуметтік істерге қатысуға немесе пікір білдіруге ұмтылуы да саяси технологиялар үшін қолайлы орта қалыптастырады. Бұл топқа бағытталған эмоциялық тұрғыда әсер ететін контент белгілі бір көзқарасты күшейтуге немесе қоғамда даулы пікірталастарды өршітуге мүмкіндік береді. Әсіресе, TikTok пен Instagram секілді визуалды платформаларда қысқа бейнелер арқылы жасалған ықпал жастар аудиториясын манипуляциялаудың тиімді тәсілдерінің біріне айналып отыр.

Жалпы халықтың 86–92%-ының әлеуметтік желілерді негізгі жаңалықтар көзі ретінде қарастыруы – қоғамдық санаға ықпал етудің басты арнасы дәл осы цифрлық кеңістік екенін дәлелдейді. Ақпараттың негізгі бөлігі әлеуметтік желілер арқылы қабылданатын қоғамда манипуляциялық ықпал ету мүмкіндіктері еселеп артады. Демек, сауалнамада көрсетілген әлеуметтік желілерді пайдалану себептері тек олардың функционалдық қырын ғана емес, сонымен бірге қоғамдық пікірді басқару мен сананы қалыптастыруда қолданылатын әлеуетті тетіктерін де ашып отыр.

Шынында да, сауалнама нәтижелері көрсеткендей, адамдардың басым көпшілігі әлеуметтік желілерге жаңалықтар, саяси, қоғамдық маңызы бар ақпарат алу арнасы ретінде сенеді. Жоғарыда аталған мәліметтерге сәйкес, 86-92% қазақстандықтар үшін әлеуметтік желі негізгі жаңалықтар көзі болып табылады.

Бүгінгі таңда бұқаралық ақпарат құралдары қоғам үшін әлемнің бейнесін қалыптастырады, бұл оларды қоғамдық сананың жаппай манипуляциясының негізгі құралы және арнасы етеді.

Бұқаралық ақпарат құралдары ақпарат алады, оны таңдайды, тарату тәсілдерін таңдайды, бұқаралық ақпарат құралдарының өздері анықтаған формаларда тез және оңай қабылдау үшін таратады, өздері де оған түсініктеме береді. Шын мәнінде, БАҚ бүгінгі күні бүкіл мемлекеттер ауқымында ақпаратты құру мен тұтынудың толық өндірістік циклін қалыптастырды.

Бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікірді бағыттау мен санаға ықпал етуде, әсіресе саяси кеңістікте, айтарлықтай әлеуетке ие. Әлемде күн сайын түрлі оқиғалар мен өзгерістер орын алғанымен, олардың маңыздылығын жұртшылыққа танытатын тетік – БАҚ. Олар қоғам үшін қай мәселе бірінші орында тұруы керек, ал қайсысы елеусіз қалуы мүмкін екенін белгілеп, халық назарын бір құбылыстарға шоғырландырып, басқаларын назардан тыс қалдырады.

Сонымен бірге, ақпарат құралдарының рөлі тек жаңалық жеткізумен шектелмейді. Олар белгілі бір оқиғаға қатысты қоғамдық көзқарасты қалыптастыру мен сол бағыттағы пікірді орнықтыру үшін де белсенді пайдаланылады.

Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдары қоғамға белгілі бір стандарттар мен мінез-құлық үлгілерін, сондай-ақ манипуляция жасаушы үшін тиімді қоғамдық артықшылықтарды ұсынады. Сонымен бірге саяси шындықты қабылдаудың қалыптасқан стереотиптері мен соларға сәйкес көзқарастар орнығып, жалпы саяси сана қалыптасады және нақты айқындалған саяси құндылықтар сіңіріледі.

В. Самохвалованың айтуынша, бұқаралық адамның санасы қарапайым болғанымен, оған үздіксіз енгізілетін ұстанымдар арқылы қалыптасады. Бұл тұжырымдар ақпарат құралдары арқылы кеңінен таралып, билеуші пікірлер мен көзқарастардың, шектеулердің көзге көрінбейтін аясын құрайды. Соның нәтижесінде қоғамның реакциясы, бағалауы мен мінез-құлқы реттеліп, саяси кеңістікте бағытталады [17].

Бұқаралық ақпарат құралдарын бақылау - бұл билікті кең ауқымда жаулап алу мен ұстап тұруды қамтамасыз ететін негізгі саяси міндет.

Қоғамдық сананы манипуляциялау әдістері

Қазіргі уақытта мамандар қоғамдық санаға ықпал етудің түрлі манипуляциялық тәсілдерін жасап шығарған. Олар күнделікті өмірде жиі кездесетін қарапайым әдістерден басталады (мысалы: фактілерді бұрмалау, жалған ақпарат тарату, жала жабу, объективті деректерді өзгерту, қолайсыз мәліметтерді жасыру немесе өшіру және т.б.). Әртүрлі басылымдарда мұндай әдістер жан-жақты сипатталған. Ал біз өз мақаламызда тек негізгі манипуляция түрлеріне қысқаша тоқталамыз.

В. Синюшкин «Саяси кампанияларда БАҚ-пен жұмыс істеу технологиялары» атты еңбегінде бұқаралық ақпарат құралдарымен әрекеттесу кезінде қолданылатын бірқатар манипуляциялық әдістерге тоқталады [18].

- «ақпараттық шамадан тыс жүктеме» немесе фрагментация – бұл бұқаралық ақпарат құралдарының өте үлкен көлемде мәлімет таратып, соның ішінде маңызы төмен деректер мен кездейсоқ хабарламаларды көбейтуі нәтижесінде, қоғамның назарын шынымен құнды әрі өзекті ақпараттан алаңдату құбылысы.

- Адам үлкен көлемдегі ақпаратты игере алмайды және көптеген түсініксіз хабарламалар реципиенттің қабылдау деңгейін төмендетеді, бұл оның шынымен маңызды фактілер мен оқиғаларға назар аударуына жол бермейді;

- «ақ шуды» қабылдау (ақпараттық жүктеме әдісінің бір түрі), ол арқылы ақпараттық хабарламаларды сұрыптау және саралау мүмкін болмайтын осындай көлемдегі жаңалықтар ақпаратын беру арқылы адамдардың маңызды фактілерді қабылдауы азаяды;

- «көзқарастардың шектеулі сәйкестігі», бұл қоғамдағы белгілі бір пікірді тікелей теріске шығармай, оны біртіндеп өзгертіп, қажетті бағытқа бейімдеу

арқылы жүзеге асатын манипуляция тәсілі.

- объективті тәсіл – фактілерді белгілі бір ретпен құрастырып беру арқылы шын мәнінде жоқ үрдісті «айқындауға», ал оны бар секілді көрсетіп, қоғамдық пікір қалыптастыру арқылы сол құбылысты өмірде жүзеге асатындай етіп көрсетуге мүмкіндік береді. Мұндай құбылыс Эдип эффектісі деп аталады.

Әлеуметтік желілер арқылы манипуляция мәселесіне жүгіну бұл құбылыстың терең және екіұшты екенін көрсетті. Манипуляцияны жақсы мақсаттарда қолдануға болады, бірақ көбінесе ол адамның санасы мен эмоцияларына теріс әсер ету үшін қолданылады. Манипуляция әлем бейнесінің бұрмалануына, адамның санасын құрайтын идеялардың, білімдердің, бейнелердің өзгеруіне әкеледі. Манипуляция әдістері әртүрлі, бұл нұсқаулықта тек кейбіреулері қарастырылған, бірақ олардың еркін талдауы манипуляция тақырыбының қаншалықты күрделі және бай екенін түсінуге мүмкіндік береді.

Қорытынды және ұсыныстар

Жүргізілген зерттеу әлеуметтік желілердің Қазақстандағы қоғамдық санаға ықпал ету ерекшеліктерін айқындады. Кейс-әдіс нақты оқиғалар арқылы әлеуметтік желілердің манипуляциялық мүмкіндіктерін ашса, салыстырмалы талдау бұл құбылыстың халықаралық деңгейдегі ұқсастықтары мен ұлттық ерекшеліктерін көрсетіп берді. Тарихи талдау әлеуметтік желілердің дәстүрлі БАҚ-тың орнын басып, қоғамдық пікірді басқарудың басты құралына айналғанын дәлелдеді.

Нәтижесінде әлеуметтік желілердің бір мезетте демократиялық пікірталас алаңы әрі қоғамдық сананы манипуляциялаудың құралы болып отырғаны анықталды. Осыған байланысты ақпараттық қауіпсіздікті күшейту, жалған ақпаратпен күресу, азаматтардың медиасауаттылығын арттыру және ұлттық деңгейдегі фактчекинг бастамаларын қолдау Қазақстан үшін өзекті міндет болып қала береді.

Қазіргі жағдайда әлеуметтік желілердегі саяси манипуляция технологияларын зерттеу саяси манипуляцияны қолдану мемлекеттің ақпараттық қауіпсіздігі саласындағы негізгі жаһандық проблемалардың біріне айналатынын көрсетті. Манипуляциялық технологияларды қолдану Қазақстанда және әлемдегі қазіргі саяси процестерге айтарлықтай әсер етуі мүмкін.

Зерттеу жұмысымыздың аясында зерттелген оқиғалар қазіргі заманғы бұқаралық коммуникация құралдарының интернеттің әлеуметтік желілері арқылы айла-шарғы жасау арқылы саяси процестердің өрістеуіне және сипатына шешуші әсер ету мүмкіндігін дәлелдейді. Жүргізілген зерттеу әлеуметтік желілердің қазіргі Қазақстандағы саяси коммуникация мен қоғамдық санаға ықпал етудегі рөлін айқындады. Кейс-әдісті қолдану нақты оқиғаларды – 2019 жылғы президенттік сайлау, 2022 жылғы конституциялық референдум және Қаңтар оқиғасы – талдау арқылы әлеуметтік желілердің қоғамдық пікірді қалыптастырудағы және манипуляциялық ықпал жасау әлеуетіндегі ерекшеліктерін көрсетуге мүмкіндік берді.

Зерттеу жұмысымыздағы салыстырмалы талдау әдісі Қазақстандағы саяси коммуникациядағы әлеуметтік желілердің рөлін басқа елдердің тәжірибелерімен салыстыру үшін пайдаланылды. Зерттеу жұмысымызда ресейлік зерттеушілердің (Е.Б. Шестопал, С. Кара-Мурза) және америкалық ғалымдардың (У. Липпман, Э. Аронсон, А. Пратканис) еңбектеріне сүйене отырып, қазақстандық жағдайдың ерекшеліктері мен ортақ қырлары көрсетілді. Бұл тәсіл әлеуметтік желілердегі манипуляция құбылысының жаһандық және ұлттық қырларын салыстыра талдауға мүмкіндік берді.

Зерттеу жұмысымызға салыстырмалы талдау әдісі қазақстандық тәжірибені шетелдік зерттеулермен салыстыру арқылы әлеуметтік желілердегі манипуляция құбылысының жалпы заңдылықтары мен ұлттық ерекшеліктерін анықтауға жол ашты. Қазақстан жағдайында әлеуметтік желілердің қоғамдық пікір қалыптастырудағы ықпалы артып келе жатқанымен, жалған ақпаратқа қарсы тұру және ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету мәселелері әлі де толық шешілмегені белгілі болды.

Мақаламыздың басты бөлімінде тарихи талдау әдісі дәстүрлі БАҚ-тың қоғамдық санаға ықпал етуінен бастап қазіргі әлеуметтік желілердің басты коммуникациялық арнаға айналуына дейінгі үдерісті түсіндіруге мүмкіндік берді. Бұл тұрғыда әлеуметтік желілердің эволюциясы олардың тек ақпарат жеткізушіден қоғамдық пікірді басқару тетігіне айналғанын көрсетті.

Осы әдістерді кешенді қолданудың нәтижесінде әлеуметтік желілердің бір мезгілде демократиялық пікірталас алаңы әрі қоғамдық сананы манипуляциялау құралы бола алатыны анықталды. Зерттеу қорытындылары Қазақстанда ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету, медиа сауаттылықты дамыту және әлеуметтік желілердің реттеу тетіктерін жетілдірудің өзектілігін айғақтайды.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей еліміздегі әлеуметтік желілердегі ұлттық деңгейде саяси айла-шарғы жасауға қарсы тұру мәселесі жеткілікті дамымаған. Осыған байланысты, шетелдік тәжірибені ескере отырып, Қазақстан Республикасында саяси технологияларға қарсы тұру стратегиясын жасау қажет.

Зерттеу қорытындыларына сүйене отырып, келесі ұсыныстарды атап өтуге болады:

Құқықтық реттеу: саяси айла-шарғы жасауға жол бермейтін, әлеуметтік желілердегі жалған ақпарат пен манипуляциялық технологияларды шектейтін арнайы заңдар мен нормаларды жетілдіру.

Медиасауаттылық: халықтың ақпаратты сын тұрғысынан қабылдау қабілетін арттыру, манипуляцияға қарсы иммунитет қалыптастыру мақсатында жүйелі білім беру бағдарламаларын енгізу.

Фактчекинг: тәуелсіз фактчекинг ұйымдарын қолдау және олардың жұмысын институционалды деңгейде нығайту.

Технологиялық шешімдер: әлеуметтік желілерде жалған ақпараттың таралуын азайтуға бағытталған инновациялық платформалар мен алгоритмдерді енгізу.

Шетелдік тәжірибені игеру: басқа елдердің ақпараттық қауіпсіздік пен

манипуляцияға қарсы іс-қимыл тәжірибесін тұрақты түрде зерттеп, ұлттық жағдайға бейімдеу.

Қоғамдық бақылау: әлеуметтік желілердің ашықтығын қамтамасыз ету үшін азаматтық қоғам институттарының қатысуын күшейту.

Уинстон Черчилль ақпаратты кім басқарса, әлемді де басқарады деген. Қорытындылай келе, зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, бүгінгі таңда бұқаралық ақпарат құралдарын бақылау тетіктері жеке тұлғалардың көзқарасына, олардың әлеуметтік әрекеттеріне және қоғамдық сана құрылымына әсер етудің маңызды факторы болып отырғанын айтуға негіз бар.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Цуладзе А. Политические манипуляции или Покорение толпы. - М.: Книжный дом «Университет», 1999.
2. Huang Junming, Cook Gavin, Xie Yu., Large-scale Quantitative Evidence of Media Impact on Public Opinion toward China, Humanities and Social Sciences Communications, volume 8, Article number: 181 (2021).
3. McCombs M., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. - Public Opinion Quarterly, 1972.
4. Maurer Peter. Perceptions of media influence and performance among politicians in European democracies. - International Communication Gazette, Volume 85, Issue 5, August 2023, Pages 347-364
5. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Пер. с англ.; науч. ред. Я.Н.Засурский. - М.: Мысль.
6. Соловьев В., Сложные переговоры в комиксах. Книга-тренинг. Эксмо, 2018. - 176 с.
7. Пушкарёва, Г. В. Политология: учебник для вузов. - М.: Юрайт, 2019. - 456 с.
8. Liao Chi-Horng. Exploring the Influence of Public Perception of Mass Media Usage and Attitudes towards Mass Media News on Altruistic Behavior. - Behavioral Sciences (Basel), 2023, 13(8):621.
9. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием. - М.: Эксмо, 2009. - 832 с.
10. Дьякова, Е. Г., Трахтенберг, А. Д. Средства массовой информации и общество. - М.: Мысль, 2004. - 312 с.
11. Пратканис, Э. Р., Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. - СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. - 384 с.
12. Лебон Г. Психология народов и масс. М.: Социум, 2010. - 320 с.
13. Қазақстан және интернет, <https://www.azattyq.org/a/kazakhstan-internet-users/29573452.html>, (қаралған күні: 15.05.2025).
14. Lippmann W., Public Opinion. - New York: Harcourt, Brace & Co., 1922.
15. Шестопал, Е. Б. Политическая психология: Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 432 с.
16. Пайдаланушылар әлеуметтік желілерге қанша уақыт жұмсайды және қайсысында көбірек пайдаланады, <https://ranking.kz/kz/sholu/kogam/pajdalanushylar-%c3%a4leumettik-zhelilerge-qansha-uaqyt-zh%c5%abmsajdy-zh%c3%a4ne-qajsysynda-k%c3%b6birek-pajdalanady.html>, (қаралған күні: 15.05.2025).
17. Самохвалова, В.И. Глобальный мир как пространство современных информационных войн. - М.: Издательство, 2020. - 210 с.
18. Синюшкин, А.А. Технологии работы со СМИ в политических кампаниях. - М.: Издательство, 2018. - 254 с.

REFERENCES:

1. Tsuladze A. Politicheskie manipulatsii ili Pokorenie tolpy [Political Manipulations, or the Conquest of the Crowd]. – Book House "University", 1999.
2. Huang Junming, Cook Gavin, Xie Yu., Large-scale Quantitative Evidence of Media Impact on Public Opinion toward China, Humanities and Social Sciences Communications, volume 8, Article number: 181 (2021).
3. McCombs M., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. - Public Opinion Quarterly, 1972.
4. Maurer Peter. Perceptions of media influence and performance among politicians in European democracies. - International Communication Gazette, Volume 85, Issue 5, August 2023, Pages 347-364
5. Schiller G. Manipuljatory soznaniem [The Mind Manipulators] / Per. s angl.; nauch. red. Ja.N.Zasurskij. - M.: Mysl'.
6. Solov'ev V., Slozhnye peregovory v komiksah. Kniga-trener [Complex Negotiations in Comics. A Coaching Book]. Jeksmo, 2018. - 176 s.
7. Pushkarjova, G. V. Politologija: uchebnik dlja vuzov [Political Science: a textbook for universities]. – M.: Jurajt, 2019. – 456 s.
8. Liao Chi-Horng. Exploring the Influence of Public Perception of Mass Media Usage and Attitudes towards Mass Media News on Altruistic Behavior. – Behavioral Sciences (Basel), 2023, 13(8):621.
9. Kara-Murza, S.G. Manipuljacija soznaniem [Manipulation of consciousness]. – M.: Jeksmo, 2009. – 832 s.
10. D'jakova, E. G, Trahtenberg, A. D. Sredstva massovoj informacii i obshhestvo [Mass media and society]. – M.: Mysl', 2004. – 312 s.
11. Pratkanis, Je. R., Aronson, Je. Jepoha propagandy: Mehanizmy ubezhdenija, povsednevnoe ispol'zovanie i zloupotreblenie [Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion]. – SPb.: Prajm-Evroznak, 2003. – 384 s.
12. Lebon G. Psihologija narodov i mass [The Psychology of Peoples and Masses]. M.: Socium, 2010. - 320 s.
13. Qazaqstan zhane internet [Kazakhstan and the Internet], <https://www.azattyq.org/a/kazakhstan-internet-users/29573452.html>, (accessed: 15.05.2025).
14. Lippmann W., Public Opinion. – New York: Harcourt, Brace & Co., 1922.
15. Shestopal, E. B. Politicheskaja psihologija: Uchebnik [Political Psychology: Textbook.]. – M.: Aspekt Press, 2012. – 432 s.
16. Pajdalanushylar aleumettik zhelilerge qansha uaqyt zhumsajdy zhane qajsysynda kobirek pajdalanady [How much time do users spend on social networks and which ones do they use the most?], <https://ranking.kz/kz/sholu/kogam/pajdalanushylar-%c3%a4leumettik-zhelilerge-qansha-uaqyt-zh%c5%abmsajdy-zh%c3%a4ne-qajsysynda-k%c3%b6birek-pajdalanady.html>, (accessed: 15.05.2025).
17. Samohvalova, V.I. Global'nyj mir kak prostranstvo sovremennyh informacionnyh vojn [The global world as an expanse of modern information wars]. - M.: Izdatel'stvo, 2020. - 210 s.
18. Sinjushkin, A.A. Tehnologii raboty so SMI v politicheskikh kampanijah [Technological work of mass media in political campaigns]. - M.: Izdatel'stvo, 2018. - 254 s.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 16-01-2025

Мақаланың жарияланған күні: 29-09-2025