



ХҒТАР 19.01.11
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-108-119>

Сайлау контексінде post-truth манипуляциясы мәселелері

Г.А. Есімова*, Г.Ш. Әшірбекова

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: *gaukharai@bk.ru, ashirbekova_75@mail.ru)

Аңдатпа. Бұл мақалада постшындық (post-truth) ұғымының мәні мен оның қазіргі саяси үдерістерге, соның ішінде сайлау процестеріне әсері кеңінен талданады. Постшындық шынайы ақпарат пен объективті деректерден гөрі эмоциялық риторика мен жеке сенімге сүйенетін қоғамдық қабылдау формасы ретінде сипатталады. Зерттеу еңбегінде постшындықтың теориялық негіздері, сондай-ақ оның саяси коммуникациядағы орнына қатысты ғылыми пікірлер талданады. Автор постшындықты медиалық манипуляция, қоғамдық пікірді бағыттау және электоралдық шешімге ықпал ету құралы ретінде қарастырады. Post-truth-дың сайлаудағы көрінісі әлемдік деңгейдегі нақты мысалдар арқылы ашылады. Атап айтқанда, АҚШ-тағы 2016 және 2020 жылдардағы президенттік сайлаулар Дональд Трамптың қатысуымен постшындық феноменінің айқын үлгісіне айналды. Трамптың кампаниясы шынайы фактілерден гөрі қысқа, есте қаларлық ұрандарға («Make America Great Again») сүйенді [1;112]. Мақалада бұдан бөлек, Қазақстандағы сайлау тәжірибесі де постшындық призмасы арқылы қарастырылады. Соңғы жылдары елімізде де әлеуметтік желілер арқылы кандидаттарға қарсы фейк ақпарат тарату, популистік ұрандарға негізделген науқандар жүргізу, БАҚ-та ақпараттың біржақты берілуі және электораттың медиасауаттылық деңгейінің төмендігі сияқты постшындық белгілері анық байқалады. Зерттеу нәтижесінде постшындық құбылысының демократиялық даму мен ашық сайлау қағидаларына төндіретін қатерлері анықталып, оған қарсы күресу жолдары ұсынылады.

Түйін сөздер: post-truth, манипуляция, популист, эмоция, ақиқат

Кіріспе

XXI ғасырдың ақпараттық дәуірінде жаһандық саясат пен қоғамдық пікірге ықпал ететін жаңа ұғымдар пайда болды. Соның ішіндегі ең өзектілерінің бірі – пост-шындық (post-truth) феномені. Бұл ұғым 2016 жылы Оксфорд сөздігі тарапынан «жыл сөзі» деп

Түсті: 15. 05. 2025; Мақұлданды: 25.05. 2025; Онлайн қолжетімді: 28. 06. 2025

танылып, жаһандық саяси дискурстың ажырамас бөлігіне айналды. Пост-шындық кезеңінде шындықпен фактілерге емес, адамдардың эмоциялық күйіне, жеке сенімдеріне және субъективті қабылдауына басымдық беріледі. Мұндай жағдай, әсіресе, сайлау процестерінде айқын байқалады, себебі сайлау – тек қана саяси бәсеке емес, сонымен қатар қоғамдық сана мен ақпараттық манипуляция үшін күрес алаңы.

Пост-шындық ұғымы қазіргі заманғы саяси коммуникацияның жаңа парадигмасын білдіреді. Ол ақпараттық технологиялардың дамуы мен әлеуметтік желілердің кең таралуымен тығыз байланысты. Ақпарат көздерінің көптігі, дәстүрлі медианың беделінің төмендеуі, жалған жаңалықтардың (fake news) таралуы, эмоцияға құрылған популистік ұрандардың күшеюі – бұлардың барлығы сайлау кезінде электоратты шынайы дерекке емес, сенімге, қорқынышқа, үмітке, тіпті өшпенділікке сүйене отырып, шешім қабылдауға итермелейді.

Бұл мақалада пост-шындық ұғымының теориялық негіздері қарастырылып, әлемдік тәжірибеде, атап айтқанда АҚШ, Ұлыбритания, Ресей секілді елдердегі көріністері мен механизмдері талданады. Сонымен қатар, Қазақстандағы саяси процестердегі пост-шындық элементтері мен оның ұлттық сайлау мәдениетіне ықпалына да назар аударылады. Зерттеу мақсаты – пост-шындықтың саяси процеске әсерін жүйелі түрде ашып көрсету және одан туындайтын тәуекелдерге назар аудару.

Пост-шындық кезінде фактілердің орнына адамдардың жеке сенімдері мен эмоциялары басым түседі. Бұл медианың, әсіресе әлеуметтік желілердің рөлін арттырып, ақпараттық манипуляция мен жалған жаңалықтардың көбеюіне әкеледі. Пост-шындықты жүзеге асырудың басты құралы – дезинформация, мисинформация және эмоциялық мобилизация. Саяси технологиялар пост-шындық жағдайында эмоцияны қозғау арқылы электоратты басқаруға тырысады. Яғни шындықтан маңыздырақ – оны кім, қалай және қандай формада ұсынатыны.

Бұл феномен – заманауи саясаттың ең қауіпті құбылыстарының бірі. Ол сайлау процесін бұрмалап, шынайы ақпараттың беделін түсіреді. Әлемдік тәжірибе оның зиянды салдарын көрсетіп отыр. Қазақстандағы кейбір көріністер бұл феноменнің біздің елде де белсенді бола бастағанын дәлелдейді. Сондықтан пост-шындыққа қарсы кешенді саясат қалыптастырып, азаматтардың медиасауаттылығын арттыру – демократиялық дамудың басты шарты.

Мақалада пост-шындық тек саяси дискурс феномені емес, сондай-ақ заманауи демократиялық институттардың тұрақтылығы мен қоғамның ақпаратты қабылдау қабілетіне әсер ететін жүйелі фактор ретінде бағаланады. Зерттеу нәтижелері сайлау процесінің сапасын арттыру мен электораттың саналы таңдау жасауына жағдай туғызу жолындағы маңызды теориялық әрі практикалық негіз бола алады.

Әдіснама

Бұл мақалада пост-шындық (post-truth) ұғымының сайлау процестеріндегі көріністерін және ақпараттық манипуляция құралдарын ғылыми тұрғыда талдауға бағытталған. Жаһандану, цифрлық медиа және әлеуметтік желілердің дамуымен ақпараттың

шынайылығы мен оның әсері бұрын-соңды болмаған деңгейге көтерілді. Осы жағдайлар аясында жүргізілген зерттеу сапалы және сандық әдістердің үйлесімімен жүзеге асты. Пост-шындық құбылысының негізін таным теориясы, медиа зерттеулер, саясаттану мен әлеуметтану салалары бірігіп зерттейді. Ричард Кейз, Ли МакИнтайр, Мэттью Д'Анкона сынды шетелдік зерттеушілер пост-шындықтың таралуын ақпаратқа қолжетімділіктің артуымен, медианың коммерциялануымен, сондай-ақ саяси элиталар мен билік институттарына сенімнің төмендеуімен түсіндіреді [2; 30].

Зерттеу барысында саяси коммуникация, медиа әсері, ақпараттық кеңістік пен қоғамдық пікірдің қалыптасуы мәселелері қарастырылып, пост-шындық дәуірінің сайлау процесіне ықпалы талданды. Әдіснамада қазіргі заманғы әлеуметтік ғылымдарда кеңінен қолданылатын контент-талдау, дискурс-талдау, салыстырмалы талдау, бақылау сияқты әдістер қолданылды. Зерттеу аясында АҚШ, Ұлыбритания, Ресей және Қазақстан мысалында пост-шындық пен ақпараттық манипуляцияның қалай жүзеге асатыны және оның электоральды таңдау механизмдеріне қалай әсер ететіні қарастырылды.

Зерттеудің негізінде сапалы және сандық талдаулар біріктірілген аралас әдіснамалық тәсіл қолданылды. Бұл әдіс түрлі ақпарат көздерін, медиа мазмұндарды, қоғамдық пікірді, саяси дискурстарды және сарапшылардың көзқарастарын жүйелі талдауға мүмкіндік берді.

Контент-талдау әдісі пост-шындық құбылысының медиа кеңістікте қалай көрініс тбатынын анықтау үшін пайдаланылды. Нақтырақ айтқанда, сайлау алдындағы кезеңде жарияланған жаңалықтар, әлеуметтік желідегі жазбалар, кандидаттардың мәлімдемелері мен БАҚ-тағы талқылаулар талданды. Талдауға Facebook, Twitter, Instagram әлеуметтік желілері, Tengrinews, Azattyq, Informburo және шетелдік BBC, CNN ақпарат порталдары, YouTube арналарындағы саяси-талдамалық видеолар сынды бірнеше ақпараттық платформа таңдалды. Контент-талдау барысында жалған ақпарат (fake news), эмоцияға құрылған хабарламалар, манипулятивті сөз қолданыстары, фактінің бұрмалануы сияқты критерийлер бойынша мазмұндар жіктелді.

Дискурс-талдау әдісі арқылы саяси тұлғалардың риторикасы зерттелді. Бұл әдіс пост-шындық құбылысының тілі мен мәнерін түсіну үшін аса маңызды. Сайлау алдындағы үгіт-насихат науқандарында жиі қолданылған қорқыту риторикасы, дерексіз уәделер, эмоциялық гипербола зерттеу нысанынан қалыс қалмады. Сөз сөйлеулер мен жазбаша үндеулердегі дискурстар осындай категориялар бойынша жіктеліп, олардың ақпараттық манипуляция құралы ретіндегі рөлі талданды.

Зерттеу нысаны ретінде пост-шындық феномені мен оның сайлау процестеріндегі көріністері алынды.

Зерттеу пәні – саяси коммуникациядағы ақпараттық манипуляция түрлері, олардың электоральды таңдауға әсер ету тетіктері, әсіресе, әлеуметтік медиа мен дәстүрлі БАҚ арқылы таралған дискурстар.

Зерттеу негізінен шетелдік және отандық соңғы президенттік және парламенттік сайлау процестері аясында жүргізілді. Сонымен қатар салыстырмалы талдау мақсатында АҚШ-тағы 2016 және 2020 жылдардағы сайлау науқандарынан да мысалдар келтірілді. Сонымен қатар ғылыми мақала жазылу барысында барлық этикалық нормалар сақталды.

Зерттеу әдіснамасы пост-шындық құбылысын жан-жақты талдау үшін түрлі әдістерді біріктіруге бағытталды. Контент-талдау мен дискурс-талдау арқылы ақпарат мазмұнындағы манипулятивті элементтер анықталса, бақылау салыстырмалы әдіс-тәсілдер арқылы қоғамның оған деген реакциясы мен қабылдауы зерттелді. Мұндай кешенді тәсіл пост-шындық дәуіріндегі ақпараттық кеңістіктің күрделілігін жақсырақ түсінуге мүмкіндік береді.

Бұл әдіснамалық негіз пост-шындық құбылысын тек жекелеген елдер деңгейінде ғана емес, оның трансұлттық сипатында қарастыруға мүмкіндік береді. Сапалы және сандық әдістерді үйлестіре отырып, зерттеу аясында жалған ақпараттың, эмоцияға құрылған дискурстың және электоралды манипуляцияның қазіргі саяси процестерге әсері анықталды. Пост-шындық тек ақпараттың шынайылығына ғана емес, сонымен қатар қоғамдық қабылдаудың құрылымына, халықтың когнитивтік фильтрлеріне де байланысты. Бұл зерттеу болашақта медиа сауаттылықты арттыру, этикалық журналистиканы нығайту және саяси мәдениетті қалыптастыру жолында әдіснамалық құрал бола алады.

Нәтиже мен талқылау

Пост-шындықтың сайлаудағы көріністері бірқатар елдерде кеңінен байқалды. Мысалы, АҚШ-та 2016 жылы Дональд Трамптың жеңісі, Ұлыбританиядағы Brexit референдумы, Бразилиядағы Жаир Болсонарудың сайлаудағы жетістігі, Филиппин мен Венгриядағы популистік толқындар – осы құбылыстың жарқын мысалдары [3; 9].

Трамп сайлау кампаниясында фактілерге емес, эмоцияға, қорқынышқа және бөлу стратегиясына иек артты. Оның жақтастары жалған ақпаратты бірнеше рет теріске шығарылғанына қарамастан, оны шындық ретінде қабылдады. Бұл жағдайды экономикалық теңсіздік, элиталарға деген наразылық, жүйеге деген сенімсіздік күшейтті. Brexit кезінде де Еуроодаққа мүше болудың салдары жөніндегі экономикалық-саяси аргументтерден гөрі, уайым, иммиграция және егемендік туралы популистік ұрандар басым болды. Ақпараттық технологиялардың дамуы, әлеуметтік желілердің белсенділігі, фейк жаңалықтардың таралуы және фактчекинг құралдарының әлсіздігі бұл феноменнің сайлау алаңында кең таралуына себеп болып отыр.

АҚШ-тағы 2016 және 2020 жылдардағы президенттік сайлаулар Дональд Трамптың қатысуымен пост-шындық феноменінің айқын үлгісіне айналды. Трамптың кампаниясы шынайы фактілерден гөрі қысқа, есте қаларлық ұрандарға («Make America Great Again») сүйенді. Әлеуметтік желілерде таралған жалған ақпарат пен конспирология (мысалы, «Пиццагейт» немесе «Обама – мұсылман» деген қауесеттер) электораттың нақты дерекке емес, сенім мен эмоцияға сүйене отырып, шешім қабылдауына ықпал етті. Трамптың қарсыласы Хиллари Клинтонға қарсы бағытталған «Crooked Hillary» сынды жеке жала жабу кампаниясы саяси дискурстың поляризациясын арттырды. 2020 жылғы сайлаудан кейін Трамптың «сайлау ұрланды» деген дәлелсіз мәлімдемелері АҚШ-тағы демократиялық институттарға деген сенімге қатты соққы берді, пост-шындықтың саяси тұрақтылыққа төндіретін қаупін айқын көрсетті [4; 40].

2016 жылы Дональд Трамп пен Хиллари Клинтон арасындағы сайлау пост-шындықтың классикалық мысалы ретінде зерттеліп жүр. Осы сайлауда «fake news» түсінігі кеңінен қолданылып, Facebook пен Twitter арқылы тараған жалған ақпараттар сайлау нәтижесіне едәуір әсер етті. Д.Трамп өзінің кампаниясында фактілерден гөрі, қарапайым халықтың сезіміне әсер ететін популистік риториканы қолданды. «Америка қайтадан ұлы болсын» секілді ұрандар нақты бағдарламалардан гөрі әсерлі көрінді.

Пост-шындықтың негізгі белгілері – эмоциялық мобилизация, жалған ақпараттың таралуы, сенімді бұрмалау, сараптамалық пікірлерге сенбеу, элиталарға қарсы популизм. Дональд Трамптың сайлау кампанияларында толық көрініс тапты [5]. Трамптың риторикасы шынайы дәлелдер мен дәйектерге емес, халықтың сезіміне, қорқынышы мен үмітіне бағытталды. Бұл пост-шындықтың ең басты сипаттарының бірі. 2016 жылғы сайлауда Facebook, Twitter және YouTube сияқты платформаларда таралған жалған жаңалықтар бұрын-соңды болмаған деңгейге жетті. Harvard Kennedy School зерттеулеріне сәйкес, сайлауалды кезеңде Facebook-та таралған ең көп қаралған 20 жаңалықтың 38%-ы жалған немесе манипуляциялық сипатта болған.

Хиллари Клинтон туралы жалған мәліметтерді (мысалы, «Пиццагейт» теориясы, яғни оның балалар саудасына қатысы бар деген жорамал) кеңінен тарату, «Crooked Hillary» секілді жеке тұлғаны жағымсыз сипатта бейнелейтін атауларды сайлауалды риторикада қолдану, сарапшылардың немесе БАҚ-тың ұстанымына қарсы «mainstream media – өтірік айтады» деген тезис арқылы сенімге қарсы күрес жүргізу сынды әрекеттер Трамп кампаниясының негізгі жұмыс бағытына айналды. Оның ең көп қолданған әдістерінің бірі – қорқынышқа негізделген популизм. Трамп иммигранттарға, мұсылмандарға, Қытайға қарсы пікірлер айту арқылы «жау бейнесін» қалыптастырды. Бұл электораттың қорқынышын күшейтіп, оның қолдауына ие болудың бір формасы болды.

Пост-шындық кезеңінің бір белгісі – сарапшылар мен кәсіби білім иелеріне сенімнің төмендеуі. Климаттың өзгеруіне сенбейтінін мәлімдеу, COVID-19 туралы жалған немесе дәлелсіз ақпарат тарату сынды тәсілдер Трамптың жақтастары арасында тек бір ақпараттық ортада қалуға итермеледі. Сайлау кезеңінде көптеген фактчекинг агенттіктер Трамптың айтқандарын теріске шығарғанымен, оның жақтастары бұл деректерге сенбеді. Pew Research Center деректеріне сәйкес, Трамптың жақтаушыларының 60%-дан астамы CNN, The New York Times сияқты дәстүрлі БАҚ-қа сенбейтінін көрсеткен.

Трамптың риторикасы америкалық электораттың бір бөлігінің поштамен дауыс беруге, сайлау комиссияларына және сот жүйесіне сенімсіздікпен қарауына себеп болды [6]. Бұл демократиялық ел үшін аса қауіпті тенденция. Дональд Трамптың сайлау кампаниялары фактілерден гөрі эмоцияға негізделді, қарсыласты жекелендіріп жоюға бағытталды, БАҚ пен сарапшыларды жау ретінде көрсетті. Аталмыш тәжірибе пост-шындықтың саяси процестерге тигізетін теріс әсерін нақты көрсетті. АҚШ-тың өзі демократиялық институттары мықты ел бола тұра, пост-шындықтың салдарынан тұрақсыздыққа ұшырай жаздады. Қазақстандағы сайлау процестерінде де пост-шындықтың белгілі бір элементтері байқалады. Әсіресе соңғы жылдары әлеуметтік желілерде жалған ақпарат тарату, кандидаттарға қарсы фейк видео мен хабарламалар жасау, тұлғалық шабуылдарға негізделген ақпараттық шабуылдар, электоратты

эмоциямен басқару, мемлекеттік медианың үгіт-насихат құралдарына айналуы – бұл құбылыстың кеңейіп келе жатқанын көрсетеді.

2021 және 2023 жылдардағы сайлау науқандары кезінде әлеуметтік желілердегі дискуссияларда объективтілік емес, эмоция басым болды. Кандидаттардың сайлауалды бағдарламаларын талдауға қарағанда, олардың бейнесіне, сөз саптауына, діни көзқарасына немесе этностық ерекшелігіне қатысты пікірталастар жиі кездесті. Бұл – пост-шындықтың ақпараттық шындықты бұрмалау арқылы саяси шешімдерге әсер етуін көрсететін белгі.

Пост-шындық қазіргі сайлау жүйесінің сенімділігіне және демократиялық процеске айтарлықтай қауіп төндіріп отыр. Фактілердің беделінің түсуі, эмоцияға құрылған саяси шешімдер, ақпараттық манипуляция – бұлардың барлығы азаматтардың саналы түрде шешім қабылдауына кедергі келтіреді. Сондықтан пост-шындық феноменін ғылыми тұрғыдан түсініп, оған қарсы күресудің жолдарын табу – заманауи саясаттанудың басты міндеттерінің бірі.

Сайлау процесінің әділетті, ашық және ақпараттық тең жағдайда өтуі үшін азаматтардың медиасауаттылығын арттыру, фактчекингті күшейту, саяси мәдениетті дамыту және ақпарат құралдарын плюралистік және бейтарап етуге ерекше назар аудару қажет. Пост-шындық дәуірінде шындықтың беделін қайта қалпына келтіру – қоғам үшін ғана емес, демократияның өзі үшін күрес.

2016 жылы өткен Ұлыбританиядағы Brexit референдумында да пост-шындықтың рөлі зор болды. «Еуроодаққа аптасына 350 млн фунт төлейміз» деген жалған мәліметтер Leave кампаниясында басты құрал ретінде қолданылды. Сарапшылар бұл санның шындыққа жанаспайтынын көрсетсе де, ол электоратқа қатты әсер етті. Нәтижесінде сайлаушылар ұлттық сезімге, тәуелсіздікке шақыруға және иммиграциядан туындаған қорқынышқа негізделген шешім қабылдады.

Ресейде мемлекеттік БАҚ арқылы қоғамдық пікірді бағыттап отыру, альтернативті пікірлерді маргинализациялау – кең таралған тәжірибе [7]. Сайлау кезінде кандидаттардың шынайы бейнесінен гөрі, мемлекеттік риторикамен қалыптасқан образдар ұсынылады.

Қазақстандағы пост-шындық феномені дамушы сатыда. Мемлекеттік және тәуелсіз ақпарат көздері арасындағы сенім дағдарысы, әлеуметтік желілердің белсенділігі, блогерлердің саяси процестерге араласуы – пост-шындық элементтерінің негізін қалайды. 2021 жылғы Мәжіліс сайлауында кейбір партиялар нақты бағдарламалардан гөрі популистік риториканы таңдады. «Халыққа жақын», «Әділет үшін» деген ұрандармен сайлауалды науқандар жүргізілді. Сайлау науқаны кезінде әлеуметтік желілерде жалған жаңалықтардың таралуы жиілейді. Кей кандидаттар туралы шындыққа жанаспайтын пікірлер, фотомонтаждар, манипуляциялық жазбалар жиі кездеседі [8].

Қазақстанда медиасауаттылық деңгейі әрқелкі. Әсіресе ауылдық жерлерде жалған ақпаратты ажырату мүмкіндігі төмен. Бұл пост-шындықтың таралуына қолайлы орта қалыптастырады. Осы тұрғыдан алғанда, сайлау мәдениетін арттыру үшін медиасауаттылықты жүйелі түрде енгізу қажет.

Пост-шындық саяси жүйеге бірқатар қауіп төндіреді. Атап айтсақ, электораттың фактілерге сену қабілеті төмендейді, саяси популизм күшейеді және шынайы саяси бәсеке бұзылады. Мұның салдары саяси тұрақтылыққа, заң үстемдігі мен азаматтық сенімге кері әсер етеді. Халықаралық тәжірибелерге шолу жасасақ, кей елдер пост-шындықпен күресте нақты қадамдар жасауда. Мысалы, Францияда сайлау алдында жалған жаңалықтармен күресу туралы заң қабылданды, Германияда Facebook пен YouTube контентіне қатаң бақылау орнатылды, Еуроодақ ақпараттық кеңістікті реттеу бағытында Digital Services Act сияқты құжаттарды қабылдады.

Пост-шындық – заманауи саясаттың ең қауіпті құбылыстарының бірі. Ол сайлау процесін бұрмалап, шынайы ақпараттың беделін түсіреді. Әлемдік тәжірибе оның зиянды салдарымен бетпе-бет келді. Қазақстандағы кейбір көріністер бұл феноменнің біздің елде де белсенді бола бастағанын дәлелдейді. Сондықтан пост-шындыққа қарсы кешенді саясат қалыптастырып, азаматтардың медиасауаттылығын арттыру – демократиялық дамудың басты шарты [9].

Пост-шындықтағы басты мәселе – шынайы ақпарат емес, кез келген ақпарат түрінің кең таралуында және санаға сіңіру үшін қаншалықты жиі айтылатындығында. Яғни, халық көп естіген ақпаратты шындық деп қабылдай бастайды.

Соңғы жылдары Қазақстандағы кейбір саяси партиялар нақты бағдарламалар ұсыну-дың орнына популистік, жалпылама ұрандарға көбірек жүгінеді. Бұл сайлаушылардың нақты фактілерден гөрі, эмоция мен үмітке негізделіп дауыс беруіне әкеледі. Мәселен, «Халық үшін жұмыс істейміз», «Әділетті Қазақстан құрамыз», «Халықтың мұңын тыңдайтын мемлекет боламыз» деген сынды риторика сайлаушының көңіл-күйіне әсер етеді, бірақ нақты дерек пен жоспар ұсынбайды. Бұл да өз кезегінде пост-шындықтың белгісіне жатады.

Қазақстанда соңғы жылдары әлеуметтік желілер негізгі ақпарат көзіне айналды. Мысалы, 2021 жылғы Мәжіліс сайлауында және 2023 жылғы жергілікті сайлауда Telegram арналар мен Facebook топтарында кандидаттарға қатысты түрлі манипуляциялық материалдар тарағаны байқалды. Бұл электораттың шешіміне әсер етті.

2021 жылғы Мәжіліс сайлауы барысында «Нұр Отан» партиясы мемлекеттік БАҚ-та басым позицияда болды, ал «Адал», «Ақ жол», «Халық партиясы» сынды партиялардың бағдарламалары халыққа толық жеткізілмеді. Әлеуметтік желілерде партиялардың рөлі біржақты, кейде шындыққа жанаспайтын формада бейнеленді. 2023 жылғы мәслихат және аудандық сайлауларда көптеген кандидаттар эмоциялық бейнелер мен уәделер арқылы сайлауға түсті, түрлі Telegram арналары арқылы бәсекелестерді қаралау, фейк статистика тарату сияқты пост-шындық элементтері байқалды. Ең өкініштісі, сайлаушылар арасында шынайы бағдарлама емес, «кім танымал?», «кім жақсы сөйлейді?» деген факторлар шешуші болды.

Зерттеу нәтижесінде пост-шындық құбылысының демократиялық даму мен ашық сайлау қағидаларына төндіретін қатерлері анықталды. Азаматтардың медиасауаттылығын арттыру, фактчекинг құралдарын кеңінен қолдану, ашық саяси дебат мәдениетін қалыптастыру, ақпараттық теңдік пен БАҚ-тың бейтараптығын қамтамасыз ету бағыттарын қолға алу постшындықтың салдарымен күресуге жол ашады.

Қорытынды

XXI ғасырда ақпарат тарату жылдамдығы мен қолжетімділігі адамзат тарихында айтарлықтай сатыға көтерілді. Бұл өзгерістер ақпаратты тұтыну тәсілдеріне ғана емес, оның шынайылығы мен сенімділігіне деген көзқарасты да түбегейлі өзгертті. Осындай жағдайда пост-шындық (post-truth) ұғымы пайда болып, саяси коммуникация мен электоральды процестерге әсер ететін басты факторлардың біріне айналды. Аталмыш ғылыми зерттеу пост-шындықтың сайлау үдерісіндегі көріністерін және ақпараттық манипуляция құралдарын талдап, оның АҚШ, Ұлыбритания, Ресей және Қазақстан мысалдарындағы ерекшеліктерін саралауға бағытталды.

Пост-шындықтың саяси процеске әсерін толық түсіну үшін, алдымен оның құрылымдық сипатын ескеру қажет. Біріншіден, бұл құбылыс цифрлық медианың, әсіресе әлеуметтік желілердің рөлімен тікелей байланысты. Ақпараттың көптігі мен жылдам таралуы шынайы мен жалған арасындағы шекараны жойып, қабылдаушының эмоциялық реакциясын маңызды етіп қойды. Екіншіден, қазіргі заманғы саяси риторика көбіне фактілерге емес, сенім мен қорқыныш секілді эмоциялық күйзелістерге сүйенеді. Үшіншіден, ақпараттық манипуляция әдістері күрделеніп, тек жалған ақпарат тарату емес, сонымен қатар, шынайы мәліметтерді бұрмалау, контекстен үзіп алу немесе біржақты көрсету арқылы әсер ету сипатында көрініс табады.

АҚШ-тағы 2016 жылғы президенттік сайлау осы құбылыстың көрнекі мысалына айналды. Дональд Трамптың сайлауалды риторикасы популистік және ұлтшылдық сарындарға негізделді. Ол өзінің саяси қарсыластарына қарсы жиі жалған немесе расталмаған мәлімдемелер жасады. Бұл мәлімдемелердің біршамасы кейін ресми дереккөздермен теріске шығарылса да, Трамптың электоралды қолдауына елеулі әсер еткені байқалды. Оның Twitter желісін белсенді пайдалануы, дәстүрлі БАҚ-ты айналып өтіп, тікелей электоратпен байланыс орнатуға мүмкіндік берді. Осы тәсіл оның мәлімдемелерін ешқандай сүзгіден өткізбей, эмоциялық қабылдауға ықпал етті.

Ұлыбританиядағы Brexit референдумы да пост-шындықтың саяси шешімдер қабылдауға ықпалын көрсеткен тағы бір мысал болды. Референдум науқаны кезінде қоғамдық дискурста эмоциялық, тіпті кейде үрей тудыратын тақырыптар басым болды [10]. «Vote Leave» науқанының NHS-қа қатысты белгілі мәлімдемесі (Ұлыбритания Еуроодаққа апта сайын 350 млн фунт төлейді) кейін жалған деп танылса да, сайлаушылар арасында резонанс тудырды. Cambridge Analytica сынды дербес мәліметтерді заңсыз пайдалану арқылы жеке тұлғаларға бағытталған жарнама мен хабарламалар электораттың мінез-құлқына ықпал етті. Мұндай әрекеттер саясатта деректерді пайдалану этикасы мен ақпараттық қауіпсіздік мәселелерін қайта қарауға себеп болды.

Ресейде пост-шындық элементтері билік тарапынан орталықтандырылған түрде қолданылатыны байқалады. Мемлекеттік БАҚ-тың басымдығы және оппозициялық пікірлердің шектелуі ақпараттық кеңістікті біржақты етуге жағдай жасайды. Бұл елдегі саяси риторикада «сыртқы жау» образы жиі пайдаланылады, әсіресе Батыс елдеріне қатысты жағымсыз бейне қалыптастыру арқылы халықтың ішкі қолдауын нығайту көзделеді. Сонымен қатар, жалған ақпараттар мен дезинформацияның таралуы тек ішкі

саясатпен шектелмей, халықаралық деңгейде де ақпараттық соғыстың құралы ретінде қолданылып келеді. Бұл Ресейдің пост-шындықты мемлекеттік идеология құралына айналдырғанын көрсетеді.

Қазақстан жағдайында пост-шындықтың көріністері қалыпты демократиялық жүйелермен салыстырғанда жұмсақ формада кездескенімен, саяси науқандар кезінде ақпараттық манипуляцияның нақты мысалдары байқалады. Мемлекеттік БАҚ-та көбіне билік өкілдерінің жетістіктері мен «тұрақтылық», «даму» сияқты абстрактылы ұғымдарға негізделген риторика таратылады. Бұл ретте саяси балама көзқарастар мен оппозициялық үміткерлерге қатысты ақпарат көлемі аз немесе теріс сипатта беріледі. Әлеуметтік желілерде жалған аккаунттар мен боттар арқылы қоғамдық пікірге әсер ету әрекеттері тіркеліп отыр. Сонымен қатар, халықтың ақпаратты тексеру дағдысының әлсіздігі де пост-шындық феноменінің кең таралуына себеп болуда.

Саяси коммуникациядағы пост-шындықтың таралуына ықпал ететін негізгі факторлардың бірі – эмоцияға негізделген риторика. Электораттың көңіл-күйі, қорқынышы, ашуы мен үміті – олардың саяси шешім қабылдауына әсер ететін басты қозғаушы күшке айналды. Бұл жағдай саяси тұлғалар мен медиа құрылымдардың халықтың сезіміне әсер ету арқылы электоралды артықшылық алуға тырысатын стратегияларына жол ашты. Эмоцияға негізделген ақпараттар фактіге негізделген ақпараттарға қарағанда тез таралады және жадыда жақсы сақталады. Бұл құбылысты психологиялық тұрғыда когнитивті бейтараптық пен расталуды іздеу (confirmation bias) арқылы түсіндіруге болады.

Ақпараттық манипуляция тәсілдері де күрделене түсті. Тек жалған ақпарат емес, шынайы мәліметті контекстен үзіп беру, қарсыластың айтқанын бұрмалау, белгілі бір сөздерді ерекше интонациямен қайталау сияқты әдістер сайлау науқандарында жиі қолданылады. Сонымен қатар, deepfake технологиялары мен жасанды интеллект көмегімен дайындалған визуалды контенттер шынайы мен жалған арасындағы шекараны тіпті де бұлыңғыр етеді.

Зерттеу нәтижелерін негізге ала отырып, бірнеше маңызды қорытынды жасауға болады. Біріншіден, пост-шындық – тек уақытша немесе кездейсоқ құбылыс емес, ол қазіргі ақпараттық қоғамның терең құрылымдық сипатына айналған. Екіншіден, бұл феномен тек Батыс елдерінде емес, түрлі саяси жүйелерде (авторитарлық, гибридік және демократиялық елдерде) де әртүрлі формада көрініс табады. Үшіншіден, ақпаратты тұтыну мәдениетін жаңғырту – пост-шындықпен күрестің негізгі жолы.

Қорытындылай келе, пост-шындық – қазіргі әлемнің саяси, ақпараттық және мәдени шындығын сипаттайтын кешенді құбылыс. Ол қоғамның ақпаратты қабылдау, өңдеу және оған жауап беру механизмдеріне түбегейлі әсер етіп отыр. Бұл жағдай сайлау сияқты демократиялық институттардың тиімділігі мен легитимдігіне тікелей ықпал етеді. Сондықтан ақпараттық манипуляцияға қарсы тұру – тек медиа мамандар мен саясаткерлердің ғана емес, бүкіл қоғамның ортақ жауапкершілігі.

Авторлардың қосқан үлесі.

Есімова Г.А. – концепция әзірлеу, зерттеу жүргізу, мақала жазу.

Әшірбекова Г.Ш. – зерттеу жұмысында қолданылған әдіс-тәсілдерді, зерттеу нәтижелерін сараптау, талдау

Әдебиеттер тізімі

1. D'Ancona M. Post-truth: The new war on truth and how to fight back. – London: Ebury Press, 2017. – 208 б.
2. McIntyre L. Post-truth. – Cambridge, MA: MIT Press. 2018. – 123 б.
3. Laclau E. On populist reason. – London: Verso, 2005. – 250 б.
4. Mudde C., Rovira Kaltwasser, C. Populism: A very short introduction. – Oxford: Oxford University Press, 2017. – 160 б.
5. Vosoughi S., Roy D., & Aral S. The spread of true and false news online. Science. – 2018. – №359(6380). – Б.1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
6. Pennycook G., Rand D. G. Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. Cognition. – 2019. - №188. – Б. 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
7. Kazakov A. Information manipulation in authoritarian regimes: The case of Russia. Russian Politics. – 2020. – №5(4). – Б. 502–523. <https://doi.org/10.30965/24518921-00504006>
8. Азаттық радиосы. Қазақстандағы сайлау кезіндегі ақпараттық кеңістікке шолу. 2023. URL: <https://www.azattyq.org> (Қаралған күні: 21.04.2025)
9. Informburo.kz. Президенттік сайлау: БАҚ-тағы үгіт және жалған ақпарат мәселелері. 2023. URL: <https://www.informburo.kz> (Қаралған күні: 22.04.2025)
10. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe, 2017. URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report> (Қаралған күні: 20.02.2025)

Г.А. Есимова, Г.Ш. Аширбекова

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Казахстан, Астана

Проблемы post-truth манипуляций в контексте выборов

Аннотация. В данной статье подробно рассматривается понятие постправды (post-truth) и его влияние на современные политические процессы, включая избирательные кампании. Постправда описывается как форма общественного восприятия, в которой эмоциональная риторика и личные убеждения преобладают над достоверной информацией и объективными фактами. В исследовании анализируются теоретические основы постправды, а также мнения ученых о ее роли в политической коммуникации. Автор рассматривает постправду как инструмент медийной манипуляции, воздействия на общественное мнение и влияния на электоральные решения. Проявления постправды в избирательных процессах раскрываются через конкретные мировые примеры. В частности, президентские выборы в США в 2016 и 2020 годах с участием Дональда Трампа стали наглядной иллюстрацией феномена постправды. Кампания Трампа опиралась не столько на факты, сколько на короткие и запоминающиеся лозунги («Make America

Great Again») [1]. Кроме того, рассматривается электоральный опыт Казахстана через призму постправды. В последние годы в стране отчетливо прослеживаются такие признаки постправды, как распространение фейковой информации о кандидатах через социальные сети, проведение кампаний на основе популистских лозунгов, одностороннее освещение событий в СМИ и низкий уровень медиаграмотности электората. В результате исследования выявлены угрозы, которые феномен постправды представляет для демократического развития и принципов открытых выборов, а также предложены пути противодействия этому явлению.

Ключевые слова: Post-truth, манипуляция, популист, эмоции, правда

G.A. Yessimova, G.Sh. Ashirbekova

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Astana

Problems of post-truth manipulation in the context of elections

Abstract. This article explores the concept of post-truth and its influence on contemporary political processes, particularly in the context of elections. Post-truth is described as a form of public perception in which emotional rhetoric and personal belief outweigh factual and objective information. The study examines the theoretical foundations of post-truth and reviews scholarly perspectives on its role in political communication. The author views post-truth as a tool of media manipulation, shaping public opinion and influencing electoral decisions. Manifestations of post-truth in electoral processes are illustrated through global case studies. In particular, the 2016 and 2020 U.S. presidential elections, involving Donald Trump, are presented as prominent examples of the post-truth phenomenon. Trump's campaign relied more on catchy, emotionally resonant slogans (such as «Make America Great Again») than on factual accuracy [1]. The article also analyzes Kazakhstan's recent electoral experience through the lens of post-truth. In recent years, the country has seen signs of post-truth politics, including the spread of fake news against candidates on social media, populist campaign slogans, one-sided media coverage, and low levels of media literacy among the electorate. The study concludes by identifying the risks post-truth poses to democratic development and open electoral principles, and proposes strategies to counteract its effects.

Keywords: Post-truth, manipulation, populist, emotions, truth

References

1. D'Ancona M. Post-truth: The new war on truth and how to fight back. (London, 2017, 208 p.)
2. McIntyre L. Post-truth. (Cambridge, 2018, 123 p.)
3. Laclau E. On populist reason. (London, 2005), 250 p.)
4. Mudde C., Rovira Kaltwasser C. Populism: A very short introduction. (Oxford, 2017, 160 p.)
5. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 359(6380).1146–1151(2018). <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
6. Pennycook G., Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*. 188. 39–50(2019). <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>

7. Kazakov A. Information manipulation in authoritarian regimes: The case of Russia. Russian Politics. 5(4). 502-523(2020). <https://doi.org/10.30965/24518921-00504006>
8. Azattyq radiosy. Qazaqstandaғы sailaу kezindegi aqparattyq keńistikke sholý[Overview of the information space during the elections in Kazakhstan]. Available at: <https://www.azattyq.org> (accessed at: 21.04.2025) [in Kazakh]
9. Informburo.kz. Prezidenttik sailaу: BAQ-taғы úgit jáne jalған aqparat máseleleri[Presidential Election: Issues of Media Propaganda and Disinformation]. Available at: <https://www.informburo.kz> (accessed at: 22.04.2025) [in Kazakh]
10. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe. Available at: <https://rm.coe.int/information-disorder-report> (accessed at: 20.02.2025)

Авторлар туралы мәлімет

Есімова Г.А. – хат-хабар авторы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің «Журналистика» білім беру бағдарламасының 3-курс докторанты, А.Янушкевич көшесі, 6, 010000, Астана, Қазақстан

Әшірбекова Г.Ш. – филология ғылымдарының кандидаты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті, баспасөз және баспа ісі кафедрасының доценті.

Information about the authors:

Yessimova G.A. – corresponding author, 3rd year doctoral student, educational program «Journalism» of the L.N.Gumilev Eurasian National University, 6 Yanushkevich street, 010000, Astana, Kazakhstan

Ashirbekova G.Sh. – candidate of philological sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Faculty of Journalism and Social Sciences, Associate Professor, Press and publishing department, Astana, Kazakhstan.