

«үшінші орындарды» (мысалы, тегін коворкингтер, спорттық-мәдени орталықтар) көптеп ашу қажет деген ғылыми қорытынды жасауға болады.

Сонымен қатар, жастардың цифрлық сауаттылығын арттыру және олардың шынайы әлеуметтік капиталын қалыптастыру бүгінгі қоғамның кезек күттірмейтін стратегиялық міндеті болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Castells M. The rise of the network society. – John wiley & sons, 2011.
2. Oldenburg R. The great good place: Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day //(No Title). – 1989.
3. Layne A. A Review of: Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other, by Sherry Turkle: New York: Basic Books, 2011. xvii+ 305 pp. \$28.95 (hardcover). – 2011.
4. Collins R. Interaction ritual chains //Interaction ritual chains. – Princeton university press, 2014.
5. Stelmakh S. A. et al. Computer-gaming addiction among students //Extreme Psychology and Personal Safety. – 2024. – Т. 1. – №. 2. – С. 34-49.
6. Aspandi A., Syarifudin A., Muttaqin M. A. The Impact of Online Game Addiction on Children's Social Interaction and Academic Performance //Journal of General Education and Humanities. – 2026. – Т. 5. – №. 1. – С. 1-14.

АҚПАРАТТЫҚ СОҒЫСТАР ДӘУІРІНДЕГІ МЕДИАНЫҢ САЯСАТҚА ЫҚПАЛЫ

Сембек А.А.

Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды ұлттық зерттеу университетінің саясаттану және әлеуметтану кафедрасының студенті, Қазақстан

e-mail: sembekaruzan51@gmail.com

Ғылыми жетекші: қауымдастырылған профессор т.ғ.к. Г.А.Жумасұлтанова

XXI ғасыр адамзат тарихында ақпараттық өзара әрекеттесудің барлық бағыттарын түбегейлі өзгерткен дәуір ретінде есте қалуда. Бұрын ақпарат тек хабар жеткізуші құрал саналып, оның таралуы уақыт, кеңістік және техникалық мүмкіндіктермен шектелген болса, бүгінгі күні ақпарат шексіз, тоқтаусыз, жылдам айналымдағы ең ықпалды ресурсқа айналды. Әлемнің кез келген нүктесіндегі оқиға секундына жетпей әлемдік медиакеңістікке тарайды және миллиондаған адамның қабылдауына бір мезетте әсер етеді. Осы құбылыстың күшеюімен бірге ақпараттық соғыстар да жаңа деңгейге көтерілді.

Бұрынғы саяси қарсыластық қару-жарак, армия, дипломатия арқылы жүзеге асса, қазіргі әлемде ақпарат соғыстың ең өткір қаруына айналды. Ақпараттық соғыстарды зерттеушілер олардың негізгі мақсаты қарсыластың санасын, көзқарасын, қоғамдық пікірін басқару екенін айтады [1]. Бұл жерде оқ атылмайды, бірақ қоғамның ішінде жаңа ой, үрей, күдік, сенімсіздік, агрессия немесе керісінше - жақтаушылық, қолдаушылық қалыптасады. Ақпараттық соғыстардың қауіптілігі - оның шекарасының жоқтығы; ол мемлекеттерді, қоғамдарды, ұйымдарды, адамдарды кез келген уақытта нысанаға ала алады.

Медиа технологияларының қарқынды дамуы ақпараттық соғыстардың ауқымын кеңейтті. Әлеуметтік желілер, онлайн платформалар, мультимедиялық құралдар, чат-боттар, алгоритмдік дистрибуциялар - осылардың барлығы ақпаратты бұрын-соңды болмаған жылдамдықпен таратып, қоғамдық санаға әсер етудің жаңа мүмкіндіктерін ашты. Э. Тоффлер атап өткендей, «Білімге иелік ету – болашақтағы жаһандық билік жолындағы тартыстың негізі болады» [2, б.156]. Осындай жағдайда ақпараттың өзі саяси бәсеке алаңына айналды.

Бұл кезеңде медианың рөлі тек хабар таратумен шектелмейді; медиа саяси процестердің конструкторы, қоғамдық пікірдің модельдеушісі, идеологиялық тәртіптің қалыптастырушысы болып отыр. Журналистика өзінің дәстүрлі «бақылаушы» функциясынан өте алыс кетті. Енді медиа саяси күрестің тікелей қатысушысы, кейде тіпті оның негізгі қозғаушы күші.

Саясаткерлер медиа арқылы өздерін танытып қана қоймайды; олар медианы стратегиялық құрал ретінде пайдаланады. Медианың қоғамдық санаға әсер ету мүмкіндігін түсінген сайын, саяси технологиялар да күрделеніп келеді. Ақпараттық соғыстар дәл осы процестердің көрінісі.

Осы мақалада медианың саясатқа әсер етуінің әр түрлі қырлары, ақпараттық соғыстардың ішкі механизмдері, манипуляциялық технологиялар, қоғамдық пікірді басқару әдістері, цифрлық

платформалардың психологиялық ықпалы, алгоритмдер арқылы саяси сананы өзгерту тәсілдері талданады.

Ақпараттық соғыстардың табиғатын түсіну үшін ең алдымен ақпараттың өзіне тоқталу қажет. Ақпарат адам санасына әсер ететін ең қуатты құралдардың бірі. Ақпарат арқылы адамдар бір нәрсеге сенеді, бір нәрседен қорқады, бір нәрсеге үміттенеді, бір нәрсеге қарсы шығады. Осы себепті ақпараттық соғыстардың мақсаты - адамның эмоциясын, логикасын, сенімін бақылау. Саясаткерлер немесе мемлекеттер қарсыласының жүйке жүйесіне, сенім жүйесіне ақпарат арқылы әсер ете отырып, оның әрекеттерін өзгерте алады.

Медианың рөлі осындай жағдайда ерекше маңызға ие. Мысалы, бір оқиға екі түрлі медиада екі түрлі мағынада көрсетіледі: бірінде ол «батырлық», екіншісінде «қылмыс» ретінде сипатталуы мүмкін. Осы екі интерпретация екі түрлі қоғамда екі түрлі реакция тудырады. У. Липпманның айтуынша, «Қоғам шынайы өмірде емес, бұқаралық ақпарат құралдары жасаған шынайылық бейнесінде өмір сүреді» [3, б.20-25]. Бұл бүгінгі ақпараттық соғыстардың әдіснамасын анық көрсетеді.

Фейк жаңалықтар - ақпараттық соғыстың ең тиімді қаруларының бірі. Фейктердің психологиялық әсерін түсіндіру үшін бірнеше факторға тоқталуға болады:

- адам миы жағымсыз ақпаратты тез қабылдайды;
- сенсациялық ақпарат эмоциямен есте қалады;
- фейк жаңалықтар қарапайым әрі тартымды келеді, ал күрделі ғылыми ақпаратты қабылдау қиын;
- әлеуметтік желілерде эмоциямен бөлісетін ақпарат әлдеқайда жылдам таралады [4].

Осы себепті фейктердің таралуы жылдам, оларды жоққа шығару баяу. Бұл ақпараттық соғыстың негізгі артықшылығы - уақыт пен жылдамдық.

Жалған ақпараттың таралуына әлеуметтік медиа инфрақұрылымы жағдай жасайды. Әлеуметтік желілердегі алгоритмдер адамның қызығушылығына қарай контент ұсынады. Егер адам бір рет саяси эмоциялық пост оқыса, алгоритм оған сондай ақпаратты көбірек ұсынады. Осылайша адам біртіндеп бір ақпараттық көпіршікке қамалады. Бұл көпіршіктің сыртында басқа пікірлер, басқа шындықтар бар екенін ол білмей қалуы мүмкін.

М. Кастельс бұл құбылысты «желілік қоғамның жаңа билік құрылымы» деп сипаттайды. Оның пікірінше, ақпараттық желілерді кім бақылайды - сол қоғамдық сананы да бақылайды [5, б.310-330]. Бұл дәл қазіргі ақпараттық соғыстардың шындығы.

Ақпараттық соғыстарда қолданылатын тағы бір маңызды құрал - психологиялық операциялар. Психологиялық операциялар аудиторияның эмоциясына, қорқынышына, сеніміне әсер етуге бағытталған арнайы ақпараттық әрекеттерді қамтиды. Бұл әдістердің басты ерекшелігі - адамдардың өз бетінше ойлағандай әрекет етуін қамтамасыз ету. Адамдар ақпаратты «өздері қабылдаған» деп санайды, бірақ шын мәнінде олар медианың саналы түрде құрастырған сценарийіне еніп кеткен болады.

Мемлекеттер мен саяси ұйымдар ақпараттық соғыстарда тек фейктерді таратып қана қоймайды, сонымен қатар шынайы ақпаратты белгілі бір контекстпен көрсетеді. Мысалы, экономикалық қиындықтарды объективті баяндаудың орнына оларды «қасақана жасалған қателік» немесе «қарсы тараптың кінәсі» [6, б.256-260] ретінде көрсетеді. Осылайша ақпараттық манипуляция арқылы қоғамдық пікірді белгілі бір бағытқа бұру мүмкін болады.

Бір қызығы, ақпараттық соғыстардың ең тиімді тәсілдері әрдайым жаңа технологияларға сүйенеді. Әлеуметтік желілер, чат-боттар, жасанды интеллект, алгоритмдік медиажүйелер – бәрі аудиторияның қызығушылығын есепке ала отырып контентті бағыттайды. Deepfake технологиясы - осы дәуірдің ең қауіпті құралы. Deepfake арқылы адамның дауысын, мимикасын, қимылын кез келген сценарийге енгізіп, жалған бейне жасауға болады. Мысалыға алатын болсақ, 2024 жылы Филиппин президентінің Фердинанд Маркос Ж. атынан жалған “polvoron video” таралған болатын: бейнежазбада ол есірткі қолданғандай көрінген. Кейін тәуелсіз фактчекерлер бұл видеоны deepfake деп таниды [7]. Бұл технология арқылы саяси тұлғаларды жалған әрекеттер жасағандай көрсетуге болады. Нәтижесінде қоғамның сенімі бұзылады, саяси тұрақтылыққа қауіп төнеді.

Ақпараттық соғыстардың тағы бір ерекшелігі - медиа мен саясат арасындағы шекараның жойылуы. Бұрын медиа тек бақылаушы ретінде әрекет етсе, қазір ол саяси процестердің белсенді қатысушысына айналды. Жеке медиа ұйымдары, блогерлер, онлайн платформалар кейде мемлекеттің немесе саяси топтардың ықпалында болмай, өздерінің саяси миссиясын орындайды. Мысалы, 2020 жылы АҚШ-та әлеуметтік желілерде бірнеше блогер мен медиа платформалар президенттік сайлау кампаниясына белсенді түрде ықпал жасап, жалған ақпарат тарату арқылы қоғамдық пікірді бөліп

жіберді. Бұл жағдайда қоғамдық пікір әртүрлі бағытқа бөлінеді, поляризация күшейеді, саяси конфликттер ушығады [8].

Әлеуметтік психология ғылымы бойынша адам ақпаратты рационалды емес, эмоционалды негізде қабылдайды. Сондықтан ақпараттық соғыстарда эмоциялық контенттің рөлі өте жоғары. Адамның қорқынышы, ашуы, үрейі немесе үміті медианың маңызды құралдары арқылы басқаруға болады. Сонымен бірге ақпараттық соғыстар тек эмоциямен шектелмейді - олар рационалды ойды да манипуляциялайды. Мысалы, статистикалық деректерді дұрыс түсіндірмей беру немесе мәліметтің бір бөлігін ғана көрсету арқылы аудиторияны белгілі бір шешім қабылдауға итермелеуге болады.

Ақпараттық соғыстардың халықаралық аспектісі де ерекше назар аударуды қажет етеді. Халықаралық деңгейде фейк ақпаратты тарату арқылы қарсыластың имиджін төмендету, экономикалық сенімсіздік тудыру, қоғамда дүрбелең жасау – негізгі мақсаттар. Мысалы, 2016 жылғы АҚШ президенттік сайлау кезінде Ресейге қатысты ақпараттық операциялар жүргізілді. Бұған жалған әлеуметтік медиа аккаунттары арқылы саяси мазмұнды насихаттау, көрінісін бұрмалаған жаңалықтар тарату, түрлі идеологиялық кампаниялар арқылы қоғамдық пікірді бөлу кіреді [8]. Мемлекеттер цифрлық шпиондық бағдарламаларды да қолданады, әлеуметтік платформалардың әлсіз тұстарын пайдаланады, қоғамның психологиялық әлсіздігін зерттейді.

Ақпараттық соғыстардың экономикалық аспектісі де бар. Жалған ақпарат арқылы қаржы нарығын манипуляциялау, компаниялардың имиджін төмендету, инвестициялық сенімді әлсірету - бәрі ақпараттық соғыстың құрамдас бөліктері. Мысалы, Emulex Corporation компаниясы 2000 жылы жалған баспасөз хабарламасы (false press release) құрбаны болды. Хабарламада «бас директор жұмыстан кетті» және «компания есептерін қайта қарап жатыр» деген жалған ақпарат жарияланды. Нәтижесінде 16 минут ішінде Emulex акцияларының бағасы шамамен 50 %-ға төмендеп, \$113 → \$65 деңгейіне дейін құлады [9].

Жалпы алғанда, ақпараттық соғыстардың басты қаупі - қоғамдағы сенім дағдарысы. Мемлекеттерге, ұйымдарға, медиаға деген сенім төмендесе, адамдар жалған ақпаратты шынайы деп қабылдайды. Бұл әлеуметтік тұрақтылыққа қауіп төндіреді, радикалды топтардың өсуіне жағдай жасайды, саяси поляризацияны күшейтеді. Сондықтан ақпараттық соғыстарға қарсы күрестің негізгі бағыттарының бірі – ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету және азаматтардың медиасауаттылығын арттыру.

Ақпараттық соғыстарда маңызды аспектілердің бірі - қоғамдық пікірді басқару стратегияларының күрделілігі. Қоғамның әртүрлі топтары әртүрлі ақпараттық әсерге ашық болады. Мысалы, жастар әлеуметтік желілерге негізделген ақпаратқа тез сенеді, ал ересектер дәстүрлі медиаға көп мән береді. Осы себепті ақпараттық кампаниялар аудиторияны сегменттеп, әр топқа арналған арнайы контент әзірлейді. Бұл тәсілдің тиімділігін Cambridge Analytica ісі көрсетті, онда әлеуметтік желілер арқылы қолданушылардың саяси мінез-құлқы алдын ала болжанып, оларға мақсатты ақпарат берілді [10].

Ақпараттық соғыстардың тағы бір аспектісі - жалған ақпараттың таралу жылдамдығы мен ауқымы. Әлеуметтік желілерде бір пост бірнеше минут ішінде миллиондаған адамға жетуі мүмкін. Ал оны жоққа шығару немесе түзету бірнеше сағат, тіпті күндерге созылады. Осы уақыт аралығында жалған ақпарат аудиторияның санасында орнығып, қоғамда эмоциялық реакция тудырады. Оған мысал MIT Media Lab зерттеуі бойынша, жалған ақпараттың Twitter-де шынайы ақпаратқа қарағанда 6 есе тезірек тарауы. Олар 2006–2017 жылдар аралығында 126 000 хабарламаны талдап, 3 миллион қолданушы мен 4,5 миллион ретвитті мұқият зерттеген. Нәтижесінде жалған ақпарат шынайы ақпаратқа қарағанда 70 %-ға жиірек ретвиттеліп, 1 500 адамға жетуі үшін орташа есеппен шамамен 10 сағат қажет болса, шынайы ақпарат - осыған дейін шамамен 60 сағат алады [11]. Жалған ақпарат тек жылдам тарай қоймайды — ол шынайы ақпараттан көп адамға, терең және кең түрде жетеді.

Психологиялық факторларды да ескеру маңызды. Адамның ақпаратты қабылдауы тек логикаға емес, эмоцияға да байланысты. Сондықтан ақпараттық соғыстарда сенсациялық, қорқынышты немесе таңқаларлық ақпарат жиі қолданылады. Мұндай контент аудиторияның назарын тез аударады, есте қалады және әлеуметтік желілер арқылы таралады.

Ақпараттық соғыстардың геосаяси аспектісі де үлкен мәнге ие. Мемлекеттер қарсыластың имиджін төмендету, ішкі тұрақтылығын бұзу және экономикалық сенімсіздік тудыру үшін ақпараттық шабуылдар жүргізеді. Бұған жалған дипломатиялық мәлімдемелер, бұрмаланған жаңалықтар, пропагандалық видеолар кіреді. Халықаралық деңгейде ақпараттық соғыстар тек саяси стратегияның құралы емес, экономикалық және әлеуметтік манипуляцияның құралына айналды деген пікірмен келісуге болады [12].

Ақпараттық соғыстардың ішкі саясатқа әсері де айқын көрінеді. Сайлау науқандары кезінде кандидаттар рейтингісін көтеру үшін медианы тиімді пайдаланады. Мысалы, 2016 жылғы АҚШ президенттік сайлауы кезінде әлеуметтік желілерде тараған жалған саяси жаңалықтарды Facebook-та шамамен 126 миллион адам көргені анықталған. Бұл ақпараттық манипуляциялардың сайлау кезіндегі қоғамдық пікірге үлкен әсер ететінін көрсетеді. Сонымен қатар жалған ақпарат қоғамда сенімсіздік, үрей немесе агрессия тудырады. Бұл эмоциялық реакциялар адамдарды саяси белсенділікке итермелейді немесе керісінше, белсенділігін төмендетеді [11].

Осыған байланысты медиасауаттылық - ақпараттық соғыстарға қарсы тұрудың негізгі құралы. Азаматтар ақпараттың шынайлығын бағалай білмесе, кез келген жалған хабарламаның әсеріне ашық болады. Т. Гобан-Клас медиасауаттылықты «ақпараттық шабуылдарға қарсы қоғамның иммундық жүйесі» деп сипаттайды [13, б.109]. Медиасауаттылық тек фактчекинг емес, критикалық ойлау, ақпаратты салыстыру, дереккөзді бағалау қабілетін қамтиды.

Қазіргі кезде жасанды интеллект пен жаңа технологиялардың дамуы ақпараттық соғыстардың жаңа деңгейіне алып келеді. Deepfake технологиясы арқылы жалған бейне мен дыбыс жасау саяси манипуляцияның қуатты құралына айналды. Бұл технологияны қолдану арқылы қоғамда сенім дағдарысы туады, шынайылық пен жалғандық арасындағы шекара бұзылады.

2019 жылы АҚШ саясаткері Нэнси Пелосидің өзгертілген видеосы әлеуметтік желілерде тарады. Видео әдейі баяулатылып, оның сөзі мас адам сияқты естілетіндей етіп өңделген. Нәтижесінде көптеген адамдар оны шынайы деп қабылдап, вирустық видео миллиондаған рет қаралған [14].

Ақпараттық соғыстардың ұзақ мерзімді әсері де айқын. Олар қоғамдағы сенім, әлеуметтік тұрақтылық, саяси поляризацияға тікелей әсер етеді. Азаматтардың ақпаратқа деген сенімі төмендесе, жалған ақпаратты шынайы деп қабылдау ықтималдығы артады. Мысалы, South Sight Journal of Media and Society Inquiry басылымында 2025 жылы жарияланған мақалада көрсетілгендей, цифрлық кеңістіктегі жалған ақпарат пен саяси контент қоғамда поляризацияны күшейтіп, саяси пікірлер қатаюына, топтар арасында алшақтыққа және әлеуметтік сенімнің бұзылуына ықпал етеді [15]. Бұл әсіресе демократиялық процестерге қауіп төндіреді.

Қоғамды ақпараттық соғыстардан қорғаудың негізгі жолы - білім беру, медиасауаттылықты арттыру және ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету. Ақпараттық мәдениетті қалыптастыру арқылы азаматтар ақпараттық шабуылдарға төтеп беруге үйренеді. Бұл заманауи қоғамның стратегиялық міндеттерінің бірі деп есептеуге болады.

Сонымен, ақпараттық соғыстар - ХХІ ғасырдағы саяси және әлеуметтік процестердің маңызды құралы. Ақпараттық технологиялардың дамуы медианы саясатқа бұрын-соңды болмаған деңгейде ықпал ететін құралға айналдырды.

Қоғамдық пікір медианың ықпалында қалыптасады, ал медиа саяси процестердің қозғаушы күші болып отыр. Ақпараттық соғыстар мемлекеттердің ішкі және сыртқы саясатына тікелей әсер етеді, қоғамның сенім жүйесін, әлеуметтік тұрақтылығын, саяси белсенділігін өзгерте алады.

Қоғам ақпараттық соғыстар жағдайында шынайылықты бұрмалаудан қорғау үшін білім, талдау қабілеті және медианың жауапкершілігі қажет. Ақпараттық күрес ұзақ мерзімді процесс болғандықтан, оның әсері де ұзаққа созылады. Сондықтан әр ел ақпараттық саясатты стратегиялық деңгейде жүргізуі тиіс. соғыстардың болашағы жасанды интеллект пен жаңа технол огияларға байланысты, бұл медиа мен саясаттың байланысын одан әрі .

Әдебиеттер тізімі

1. Social network behavior and public opinion manipulation // Journal of Information Security and Applications [Электронды ресурс] – 2021. – Қолжетімді: (<https://doi.org/10.1016/j.jisa.2021.103060>) (қол жеткізілген күні: 24.02.2026)

2. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге ХХІ века / Перевод на русский язык: В. В. Белокосков, К. Ю. Бурмистров, Л. М. Бурмистрова, Е. К. Комарова, А. И. Мирер, Е. Г. Руднева, Н. А. Строилова. [Электронды ресурс] – М., 2004, Центр гума-нитар-ных технологий. – 28.01.2011. – Қолжетімді: <https://gtmarket.ru/library/basis/4857> (қол жеткізілген күні: 22.02.2026)

3. Липпман У. Общественное мнение / Перевод с англ. Е.Абаевой [Электронды ресурс] – М.: АСТ, 2023. – 448 с. – Қолжетімді: <https://www.flip.kz/catalog?prod=3078267>

4. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The Spread of True and False News Online. [Электронды ресурс] – Science, 359, №6380, p.1146-1151 – Қолжетімді: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

5. Кастельс, М. Власть коммуникации: учеб. пособие / М. Кастельс; пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.
6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. - Москва : Эксмо-Пресс, 2005. — 832 б.
7. Deepfake Alleging Drug Use by Philippine President Marcos Sparks Outrage [Электронды ресурс] - 2024. - Қолжетімді: <https://www.facebook.com/share/v/19r861jheN/>
8. Хвостик Е. Кибервойска применили оружие массовой дезинформации. В 70 странах манипулируют общественным мнением в интернете. – [Электрондық ресурс] – Қолжетімді: <https://www.kommersant.ru/doc/4104362>
9. Market manipulation through fake press releases: Risks and regulations. – [Электрондық ресурс] – Wiztrust, On 27 February, 2025. – Қолжетімді: <https://blog.wiztrust.com/en/market-manipulation-through-fake-press-releases>
10. MIT News. Study: On Twitter, false news travels faster than true stories. [Электрондық ресурс] MIT News Office– March 8, 2018 – Қолжетімді: <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>
11. Надырбегов А.С. Влияние фейковых новостей на принятие управленческих решений [Электрондық ресурс] – Коммуникология: электронный научный журнал. Том 8. №1. 2023. – Қолжетімді: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-feykovyh-novostey-na-prinyatie-upravlencheskih-resheniy/viewer>
12. Allcott, H., Gentzkow, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. [Электронды ресурс] – Journal of Economic Perspectives, vol. 31, no. 2, Spring 2017. pp. 211–36. – Қолжетімді: <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
13. Зинин Р.В. Коммуникативный потенциал специализированных изданий в сфере культуры: социальная миссия и рынок. [Электронды ресурс] – Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. 2017. № 14(263). Выпуск 34. – С. 107-115. – Қолжетімді: https://www.researchgate.net/publication/366989012_Vypusk_34
14. Manipulated Video Targeting Pelosi Goes Viral. [Электронды ресурс] – FactCheck.org. – May 24, 2019.– Қолжетімді: <https://www.factcheck.org/2019/05/manipulated-video-targeting-pelosi-goes-viral/>
15. Asthana S. (2025). Fake News and Its Influence on Political Polarization. [Электронды ресурс] – South Sight: Journal of Media and Society Inquiry, 1(2), 87-99. – Қолжетімді: <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/southsight/article/view/28925>

ДИСКРИМИНАЦИЯ ЖӘНЕ ҚОҒАМДАҒЫ ИСЛАМОФОБИЯ

Серікқызы А.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
«Дінтану» білім беру бағдарламасының магистранты,
Астана, Қазақстан

E-mail: arailymserikkyzy01@mail.ru

Ғылыми жетекші: «Дінтану» кафедрасының доценті м.а., PhD, Каирбеков Н.Е.

Қоғам дамыған сайын адамдар арасындағы теңдік пен әділеттілік мәселесіне деген талап та күшейіп келеді. Қазіргі заманда «барлығы тең, әркімнің құқығы бірдей» деген қағидалар кеңінен айтылғанымен, іс жүзінде әлемнің көптеген аймақтарында кемсітушілік пен әділетсіздік түрлі формада әлі де сақталуда. Бұл құбылыс адамдар арасындағы сенімге нұқсан келтіріп, қоғамдық тұрақтылыққа қауіп төндіреді.

Дискриминация – адамдарды белгілі бір белгісіне қарай бөліп, олардың құқықтары мен мүмкіндіктерін шектеу. Адамды ұлтына, дініне, жынысына немесе сыртқы келбетіне байланысты төмендету қоғамда әлеуметтік теңсіздікті күшейтеді және бейбіт қатар өмір сүруге кедергі келтіреді.

Қазіргі кезде дискриминацияның ең көп талқыланып жүрген түрлерінің бірі – исламофобия. Бұл ұғым мұсылмандарға қатысты негізсіз қорқыныш, сенімсіздік немесе жағымсыз көзқарасты білдіреді. Ислам дінін ұстанатын адамдарды «бөтен», «қауіпті» деп қабылдау – осы құбылыстың басты белгілерінің бірі.