



ХҒТАР 19.21.1
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-152-3-98-113>

ТікТок-тағы бейнеконтенттің жастарға ықпалы: ұлттық бірегейлік пен мәдени коммуникация

Н.Ж. Жансерікова¹, А.А. Бейсенқұлов², Н.Қ. Куантаев^{3*}

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

²Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы, Қазақстан

³Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: zhanserikova.nazken@gmail.com, a.beisenkulov@iitu.edu.kz, kuantaiuly@mail.ru)

Аңдатпа. Бұл мақалада әлеуметтік желіде тараған бейнелі контенттің ұғымы мен оның қазіргі жастар арасында қаншалықты дәрежеде таралып жатқанын анықтауға бағытталады. Әрі ұлттық контенттің жастар арасында қаншалықты дәрежеде таралып жатқанын, сол арқылы адамдардың болмысындағы қазақилық формасы ретінде сипатталады. Зерттеу еңбегінде TikTok әлеуметтік желісі туралы теориялық негіздері, сонымен бірге оның жастар арасында таралу ауқымына байланысты ғылыми пікірлері талданады. Автор цифрлы құралдарды пайдалану арқылы қазақы болмыс пен оның ерекшеліктерінің заман ағымына сай өзгеріп жатқанын қарастырады. Одан бөлек Қазақстандағы жастардың цифрлы құралдарды пайдалану ерекшеліктері туралы статистиканы қарастыра отырып, оны нақты мысалдар арқылы дәлелдеуге тырысады. Атап айтқанда, қазіргі уақытта әлеуметтік медида айтыс қарқынды таралуда. Осы арқылы оның нақты көрермен аудиториясын анықтай отырып, коммуникациядағы оқырмандардың, контентке пікір беруші адамдардың ерекшеліктері де қатар қарастырылады. Мақалада бір контенттің әр акаунттарда жариялану мүмкіндіктері де қатар қарастырылып, көрсетіледі. Соңғы жылдары елімізде әлеуметтік желілерді қолдану мүмкіндігі жеңіл әрі нақты көрсеткіштерге сүйенетіндіктен, олардың белгілері анық байқалады. Зерттеу нәтижесінде әлеуметтік желіде жарияланған бейнелердің ұқсастықтары мен олардың қаралым саны, жазылған пікір ерекшеліктерін анықтап, одан нақты қандай мәселелерге тап болатынын анықтайды және шешу жолдарын ұсынады.

Түйін сөздер: TikTok, жастардың медиатұтынуы, ұлттық контент, қазақы болмыс, цифрлы коммуникация.

Түсті: 9.08.2025; мақұлданды: 7.09.2025; онлайн қолжетімді: 30.09.2025

*хат-хабар үшін автор

Кіріспе

XXI ғасырдағы ақпарат айдынында хабар тарату әлеуметтік медиада белсенді түрде қызмет атқара бастады. Соның ішінде COVID-19 вирусы тараған кезеңде жаһан үшін жаңа әлеуметтік медиа – TikTok қарқынды дамыды. Бұл, жалпы алғанда, 15 секундтан бастап 3 минутқа дейінгі видеоконтентті көрермендерге жеңіл таратып, олардың ұнату белгілерін (лайк) жинауға және пікірлерін (комментарийлерін) алуға мүмкіндік берді. Осындай бейнеконтент адамдардың эмоциялық жағдайына, жеке сенімдері мен көзқарастары арқылы ақпарат қабылдауына әсер етеді. Мұндай жағдайда, әрине, ақпарат таратушы арналардың немесе аккаунттардың да жауапкершілігі бар екенін айта кеткен жөн. Себебі ақпарат таратушы тек оқырманға хабар жеткізуші ғана емес, сонымен қатар тәрбиелеуші құрал ретінде де ерекшеленеді.

Одан бөлек, әлеуметтік медиада тараған ақпараттар арасында жасырын түрде пропаганда жүргізілетінін де атап өткен жөн. Себебі ақпараттың көп болуы және оның дәстүрлі медиамен салыстырғанда әлеуметтік медиада көбірек таратылуы оқырмандар мен көрермендердің талғаусыз қабылдауына алып келеді. Бұл, өз кезегінде, адамдардың эмоциялық күйіне қосымша әсер етіп, олардың ақпаратқа сену не сенбеуіне, өз елдері туралы жағымды пікір қалыптастыруына немесе саяси шешімдер қабылдауына ықпал ететін жағдайлар да кездеседі. Мұның барлығын ескерсек, әлеуметтік медиада тараған ақпарат сенім, қорқыныш және үміт сияқты қасиеттерге сүйене отырып, адамдарды белгілі бір шешім қабылдауға итермелеуі мүмкін.

Мақалада TikTok әлеуметтік желісінде жарияланған бір видеоны қарастыра отырып, оның қаралым саны, пікір саны және ұнату (лайк) саны арқылы елдегі көрінісі мен механизмдері талданады. Сонымен қатар жастардың цифрлы құралдарды қалай қолданатыны және олардың адамдардың ақпарат қабылдау мәдениетіне ықпалына да назар аударылады. Зерттеудің мақсаты – әлеуметтік желідегі ақпараттың адамдардың пікірі мен эмоцияларына әсерін ашып көрсету және одан туындайтын тәуекелдерге назар аудару.

Видео контентті қабылдау барысында берілген ақпараттың өзінен гөрі, ондағы адамдардың жеке сенімдері мен эмоциялары басым түседі. Бұл, әсіресе, әлеуметтік медианың рөлін одан әрі арттырып қана қоймай, сонымен бірге нақты ақпараттың ішкі мәнін түсінуде қателікке ұрындыруы мүмкін. Дегенмен, әлеуметтік желілер ұлттық болмысты насихаттап, оның шынайы көрінісін жеткізуде тиімді құрал бола алады. Мұндай жекелей ерекшелігінің бар екенін де мойындауымыз қажет. Яғни, ақпаратты ұсынуда оның қандай формада және қандай тәсілмен берілетінін естен шығармауымыз керек.

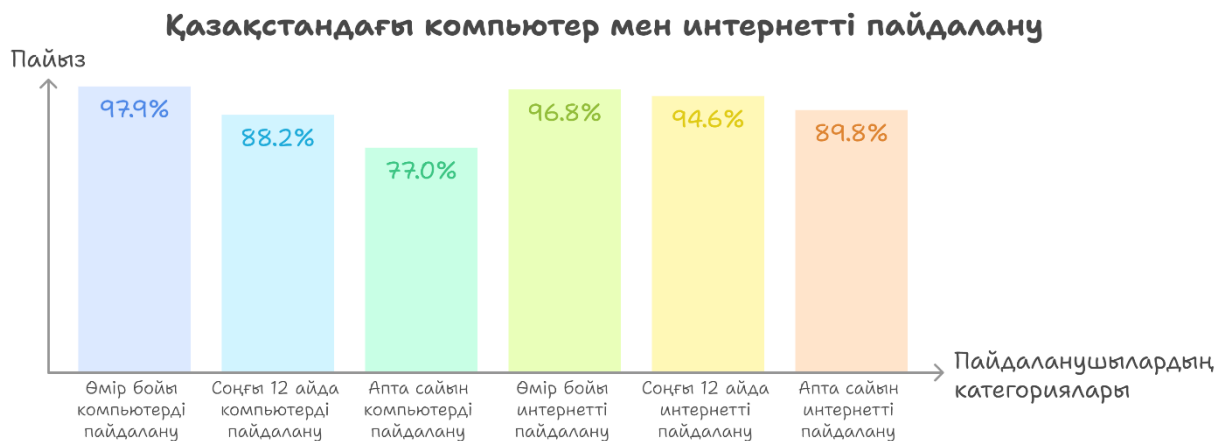
Бұл феномен – замана ағымына сай құбылыс. Оның арқасында нақты қажетті ақпараттан бөлек, көрермендерге жекелей салт-дәстүр, сондай-ақ ұлт, ел, жер тақырыптарына қатысты түрлі мәліметтерді таратуға мүмкіндік беріліп отыр. Мұны тек қазақстандық ғалымдар ғана емес, әлемдік тәжірибе де мойындаған. Дегенмен, ақпаратты қабылдауда жас ерекшелігіне байланысты шектеулердің болмауы балалардың жалған немесе пропагандалық ақпаратқа сенуіне алып келуі ықтимал. Осыны ескере отырып, ақпаратқа қол жеткізу барысында ұлттық танымды арттыратын контентті көбірек таратуға назар аудару қажет.

Мақалада әлеуметтік желіні тек замана ағымына сай феномен ретінде ғана емес, сонымен қатар тәрбие беруші әрі ақпаратты нақтылаушы құрал ретінде қарастыруға мүмкіндік беретін фактор ретінде бағалауға болады. Зерттеу нәтижесінде бір контенттің бірнеше жерде жариялануы этикалық тұрғыдан қаншалықты дұрыс екендігі анықталып, оларды талдау барысында манипуляция жасалған-жасалмағанын қарастыруға назар аударылады. Бұл мәселе оның маңыздылығын теориялық және практикалық тұрғыдан бағалауға негіз бола алады.

Әдебиетке шолу

Қазіргі уақытта Қазақстанның Ұлттық статистика бюросының 2024 жылғы деректеріне сәйкес, 16-25 жас аралығындағы тұрғындардың шамамен 90%-дан астамы компьютер, ноутбук немесе планшет пайдаланатыны анықталған [1]. Олардың ішінде 96,2%-ы мобильді қосылымдар арқылы ғаламторға қол жеткізген [2]. Сонымен қатар, жоғарыда аталған статистикалық мәліметтерге сүйене отырып, бұл жас тобының 92,8%-ы жоғары деңгейдегі цифрлық сауаттылыққа ие деп бағаланған. Мұндай сауаттылыққа жеке компьютерлерді, смартфондар мен планшеттерді қолдану, сондай-ақ әртүрлі бағдарламалар мен онлайн-қызметтерді тиімді пайдалану қабілеті жатады.

Мұндай сауалнама тек елімізде ғана емес, әлемдік деңгейде де ерекше назарға ілініп отыр. Аталған зерттеу нәтижелеріне MICS, ЮНИСЕФ және басқа да ірі халықаралық ұйымдардың есептері дәлел бола алады (төмендегі суретте көрсетілген).



1 сурет. Қазақстандағы компьютер мен интернетті пайдалану

Дереккөз: stat.gov.kz

Жоғарыда берілген суретке сүйенген зерттеушілердің тұжырымдарына сәйкес, 15-19 жас аралығындағы тұрғындар арасында ғаламтор мен цифрлық құрылғыларды пайдалану көрсеткіші айтарлықтай жоғары деңгейде қалыптасқан. Бұл жас тобы өкілдерінің цифрлық ортада белсенділігі олардың күнделікті өмірінде интернет пен заманауи технологиялардың маңызды рөл атқаратынын дәлелдейді. Атап айтқанда,

смартфондар, ноутбуктер мен планшеттерді қолдану, әлеуметтік желілерге қатысу, сонымен қатар ақпараттық және білім беру ресурстарын цифрлық форматта пайдалану кеңінен таралған құбылыс болып отыр. Мұндай үрдіс қазіргі жастардың цифрлық сауаттылық деңгейінің артып келе жатқанын ғана емес, сонымен бірге олардың қоғамдағы әлеуметтік және мәдени интеграциясына ықпал ететінін де көрсетеді.



2 сурет. Қазақстандағы жастардың цифрлық технологияларды пайдалануы
Дереккөз: stat.gov.kz

Z буынының нақты шекаралары туралы сөз еткенде, абсолютті консенсус болмаса да, ғалымдардың басым бөлігі 1996-2010 жылдар аралығында дүниеге келген адамдарды осы кезеңге жатқызады. Зерттеушілердің пікірінше, олардың ең маңызды сипаттамасы – бұл ұрпақтың ғаламторсыз әлемді білмеген алғашқы буын ретінде қалыптасуы [3]. Жалпы алғанда, Z буынының өмірінің ажырамас бір бөлігі ғаламтор арқылы қалыптасып, олардың күнделікті тәжірибесінің негізін құрайды. Бұл ұрпақтың миы қоршаған ортаға жауап беріп қана қоймай, сонымен бірге сыртқы факторларды қабылдау және сезіну арқылы бейімделеді [4]. Сонымен қатар, Z буынының ми құрылымы алдыңғы буындарға қарағанда белгілі бір ерекшеліктерге ие екендігіне де назар аударған жөн. Атап айтқанда, визуалды бейнелерді өңдеуге жауап беретін мидың бөліктері анағұрлым дамыған, нәтижесінде олар визуалды оқытуға көбірек бейімделеді. Басқаша айтқанда, бұл ұрпақ визуалды ақпаратты жылдам қабылдайды, алайда олардың назары тез бөлініп, жалығу ықтималдығы жоғары болады. Осыған байланысты ақпарат тым ұзақ немесе бірсарынды көрінген жағдайда, ол олар үшін қызықсыз болып кетуі мүмкін. Pew Research Center-дің 2019 жылғы зерттеуі бойынша, Z буынының өкілдері орта есеппен 68 бейнені көріп, мазмұнды сараптай алады. Дегенмен, олар бейнелерді өте қысқа уақыт ішінде қарап, жылдам талдау жасауға бейім келеді.

TikTok-тың жастар арасында жылдам танымал болуына жоғарыда аталған психологиялық және әлеуметтік факторлар айтарлықтай ықпал етті. Бұл платформаның басты ерекшелігі – қысқа әрі динамикалық бейнеформаттарды ұсынуы. Мұндай бейнелер жастардың ақпаратты тез қабылдау дағдыларына сәйкес келіп, олардың зейінін ұстап тұруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қолданба алгоритмдерінің бейімделгіштігі әрбір пайдаланушының қызығушылықтарына сай контентті іріктеп ұсыну арқылы аудиторияны ұзақ уақыт бойы платформаның ішінде ұстап тұрады. 2021 жылдың қыркүйегіндегі ресми деректерге сүйенсек, TikTok ай сайынғы белсенді қолданушылар саны бір миллиардтан асып, әлемдік деңгейде аса ауқымды әлеуметтік медиалық құбылысқа айналды [5]. Пайдаланушылардың жас құрылымына назар аударсақ, олардың 50%-дан астамы 10–29 жас аралығындағы жастарды құрағаны анықталған [6]. Бұл көрсеткіш Z және Alpha буындарының әлеуметтік медиаға жоғары бейімділігін, сондай-ақ жаңа коммуникациялық кеңістіктерге тез бейімделу қабілетін айқын көрсетеді. Демек, TikTok жастардың мәдени талғамын, бос уақытын ұйымдастыруын және ақпаратты тұтыну тәсілдерін түбегейлі өзгерткен платформалардың бірі болып отыр. Мұндай тенденциялар қазіргі цифрлық дәуірдегі медиақолданудың трансформациялық сипатын көрсетіп, болашақ зерттеулер үшін маңызды талдау алаңын қалыптастырады.

Қолданбаның танымалдығы артып келе жатқанымен, TikTok-тың теріс ықпалы мен құпиялыққа қатысты мәселелерін де назардан тыс қалдыруға болмайды [7]. Платформа кей жағдайда теріс бағыттағы насихат пен дезинформацияны тарату құралына айналып, пайдаланушыларға психологиялық қысым көрсетуі мүмкін. Бұл әсіресе жасөспірімдер мен жастар арасында мінез-құлықтық тәуекелдерге әкелуі ықтимал. Дегенмен, TikTok-тың ықпалын тек теріс тұрғыдан қарастыру да біржақты көзқарас болар еді. Платформа ақпарат алмасудың жаңа арнасына айналып, білім беруші және тәрбиелік мазмұндағы контентті де кеңінен таратып отыр. Мысалы, оқырмандар жаңа деректер мен танымдық материалдарға қол жеткізіп қана қоймай, ұлттық құндылықтарды дәріптейтін бейнелер арқылы мәдени сана-сезімін нығайта алады. TikTok контентті модерациялау мен нақтылықты арттыру бағытында түрлі шаралар енгізіп, жүктелген бейнелердің сапасына ерекше назар аудара бастады. Мұндай үрдістер платформаның әлеуетін арттырып, оны тек ойын-сауық құралы ғана емес, сонымен қатар жастарды тәрбиелеу мен ұлттық болмысты дәріптеу құралы ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Осы тұрғыдан алғанда, TikTok қазіргі таңда жастардың ақпараттық және мәдени кеңістігін қалыптастыруда маңызды рөл атқарып отырған әлеуметтік медианың бірегей үлгісіне айналды деп айтуға болады.

Соңғы жылдары жастар арасында кеңінен танымалдыққа ие әлеуметтік медиа кеңістігінде жаңа коммуникациялық құбылыстар пайда бола бастады [8]. Әсіресе бейне-контенттердің таралуы барысында қолдау білдіру, қолпаштау немесе реакция көрсету секілді жаңа әлеуметтік тенденциялар қалыптасты. Мұндай үдерістер платформалардың көрермен назарын ұзақ уақыт сақтап тұруына және пайдаланушыларды белсенді әрекетке тартуына ықпал етеді. Пайдаланушылардың басым бөлігі өзінің эмоциясын пікірлер арқылы білдіріп қана қоймай, сонымен қатар өз жазбасына басқалардың қандай реакция танытатынын да бақылап отырады. Бұл жағдай әлеуметтік медиадағы қарым-

қатынасты дәстүрлі ақпарат алмасудан гөрі эмоционалды тәжірибеге жақындатады. Нәтижесінде, платформаларда жеңіл әрі тез тұтынылатын тақырыптардың кеңінен талқылануы байқалады. Осындай динамика адамдардың эмоциясына әсер етіп қана қоймай, ақпараттың қабылдану сипатына да ықпал етеді. Яғни эмоция арқылы берілген ақпарат пайдаланушыға шынайырақ әсер етіп, оның әлеуметтік кеңістіктегі пікірін қалыптастыруға үлес қосады. Мұның барлығы жастардың ақпаратты қабылдау мәдениетінде рационалды талдаудан гөрі эмоционалды реакцияның басым бола бастағанын аңғартады.

Қазіргі уақытта TikTok платформасындағы контенттік аспектілерді талдау барысында, таралатын ақпараттың нақты контекстін және оның географиялық орналасуына байланысты ерекшеліктерін анықтауға болады. Бірқатар зерттеулерді қарастыру нәтижесінде TikTok-тың пайдаланушыға бағытталуымен қатар, оның өзін-өзі таныстыру, трендтік бейнелерді тұтыну және жаңалықтарды қабылдау сияқты бірнеше негізгі функцияларды қанағаттандыратыны айқындалған [9]. Басқа бір зерттеуде Даниядағы TikTok қолдану тәжірибесі қарастырылып, оның ықтимал әлеуметтік және мәдени факторлары талданған [10]. Бұл зерттеулерді салыстырмалы тұрғыда қарастырғанда, платформаның тек жаңалық тарату құралы ғана емес, сонымен бірге пайдаланушылардың наным-сенімдері мен құндылықтарына байланысты ақпаратты кеңінен тарататын алаңға айналғаны байқалады. Демек, TikTok қазіргі замандағы медиақолданудың өзекті нысаны ғана емес, сонымен бірге зерттеу фокусын айқындап, жастардың ақпаратты тұтыну үлгісін түсінуге мүмкіндік беретін маңызды феномен болып отыр.

Жасөспірімдер электронды құрылғыларды тек қана әлеуметтік сәйкестендіру, өзін танымал ету немесе құрдастарымен қарым-қатынас құралы ретінде пайдаланып қана қоймайды. Сонымен қатар олар жеке тұлғалық деңгейде ақпарат тарату мүмкіндіктеріне де ие болып отыр. Пайдаланушылар әлеуметтік медидағы түрлі әрекеттерге қатысу арқылы. Мысалы, басқаларға «ұнату» белгісін қою немесе пікір жазу арқылы – өздеріне қатысты сенімділік пен әлеуметтік мойындалуды сезінетінін атап өтеді [11]. Бұл құбылыс олардың өзін-өзі бағалауына ықпал етіп қана қоймай, әлеуметтік байланыстардағы белсенділігін арттырады. Алайда кейбір жағдайларда жасөспірімдер сыртқы келбетке байланысты құрдастарының пікірлері мен қарым-қатынасына алаңдаушылық білдіреді, бұл олардың контент мазмұнын өзгертуге немесе оны толықтыруға итермелейді. Осы тұрғыдан алғанда, әлеуметтік медидағы деректерді таратуда мазмұнның өзектілігі ерекше маңызға ие екені байқалады [12]. Бұл үрдіс қазіргі таңда әлеуметтік желілердің қарқынды дамуымен қатар, жасөспірімдердің ақпараттық мәдениетіне тікелей ықпал етіп отыр [13].

Жасөспірімдердің әлеуметтік медианы пайдалану тәжірибесінде оң және теріс қырлары қатар кездесетіні байқалады. Бірқатар зерттеулерге сәйкес, олардың онлайн-ортадағы жағымсыз тәжірибелерінің бір бөлігі «хейтерлік» мінез-құлықпен байланысты, әрі мұндай әрекеттерді көбінесе өз қатарындағы құрдастары жүзеге асыратынын көрсетеді [14]. Яғни жасөспірімдер бір-бірінің жасаған еңбектерін бағалау барысында әділ пікір білдіруден гөрі, субъективті көзқарастарды басымырақ ұстанады

[15]. Мұндай үрдіс өз кезегінде ұлттық, тілдік немесе мәдени ерекшеліктерге қатысты жалған ақпараттың, сондай-ақ өшпенділік тілінің таралуына жағдай жасауы мүмкін. Дегенмен де, зерттеушілер әлеуметтік медианы қарастыруда оның тек теріс қырларын ғана емес, сонымен бірге оң ықпалдарын да назардан тыс қалдырмау қажет екенін атап өтеді. Мәселен, аталған платформалар жасөспірімдерді жаңа мазмұнға сын көзбен қарауға, ақпаратты бағамдауда қырағылық танытуға және медиасауаттылық деңгейін арттыруға итермелейді [12].

Әдіснама

Осы ғылыми зерттеу жұмысын жазу барысында TikTok платформасында жарияланған бейнемазмұнды қарастыра отырып, оның оқырман санасына ықпал ету ерекшеліктері талданды. Бұл тұрғыда тақырыпқа қатысты ғылыми еңбектер мен алдыңғы зерттеулер басшылыққа алынды. Сонымен қатар, әлеуметтік желілерде бір контентті бірнеше рет жариялаудың этикалық қырлары да назардан тыс қалған жоқ. Мұндай қайталама жарияланымдардың оқырман қабылдауына әсер ету деңгейі, сондай-ақ оның ақпараттық кеңістіктегі сенімділік пен шынайылыққа ықпалы қарастырылды.

Зерттеу барысында әлеуметтік желідегі ақпараттың мазмұндық сипатына қарай аудиторияға ықпал ету ерекшеліктерін айқындау басты міндеттердің бірі болды. Әсіресе бір бейнероликтің жариялану барысында қандай өзгерістерге ұшырайтыны, оны нақты аудиторияға бағыттап таратуда қандай әдістемелік немесе технологиялық алғышарттарға сүйенетіні зерттелді. Бұл факторлар контент өндірушінің ақпарат таратудағы стратегиясын түсінуге мүмкіндік береді.

Сонымен бірге, зерттеу жұмысы контентті жариялаған жеке тұлғаның рөлін, сондай-ақ медиа құрылымдардың ақпараттық кеңістіктегі массалық ықпалын сараптауға да бағытталды. Осы арқылы бейнемазмұнды өндірушілер мен медианың қоғамдағы ақпараттық ағындарға қосар үлесін анықтау зерттеудің өзекті өзегін құрады.

Зерттеу жұмысының гипотезасы ретінде шетелдік ғалымдардың TikTok платформасы туралы жүргізген зерттеулері басшылыққа алынды. Бұл зерттеулер әлеуметтік желілердің жастар санасына ықпал етуін, мәдени кодтарды трансформациялау үдерістерін және ұлттық құндылықтардың жаңа медиадағы репрезентациясын жан-жақты қарастырған. Аталған еңбектерді талдау арқылы TikTok-тағы бейнемазмұнның аудиториялық қабылдауға әсер ету заңдылықтарын айқындауға мүмкіндік туды.

Сонымен қатар, қазіргі таңда қоғам тарапынан жарияланып жатқан көптеген контенттердің жекелей ұлттық болмысқа бағытталып отырғаны байқалады. Әсіресе қазақ халқының ұмыт бола бастаған салт-дәстүрі, халық ауыз әдебиеті мен тарихи мәдени мұралары жастардың назарын аударып, әлеуметтік желілерде жиі талқыланатын тақырыптардың біріне айналды. Бұл үрдіс әлеуметтік медиа платформаларының ұлттық мәдениетті қайта жаңғыртудағы әлеуетін көрсетеді.

Зерттеудің басты болжамдарының бірі – TikTok-тағы контент жастардың әлеуметтік сәйкестенуіне ғана емес, сонымен бірге олардың ұлттық құндылықтарға деген қызығушылығын арттыруға да ықпал етеді деген тұжырым. Себебі қазіргі жастардың

басым көпшілігі ұялы телефонды белсенді қолданады, сондықтан оларды ұлттық құндылықтарға бағыттауда жаңа медианың маңызы ерекше деп есептейміз. Осыған байланысты TikTok платформасы ұлттық мәдени мұра мен заманауи медиатұтыну арасында дәнекер рөлін атқарады деген гипотеза ұсынылады.

Зерттеу жұмысында қолданылған негізгі әдіс – контент-талдау. Бұл әдіс әлеуметтік медидағы бейнемазмұнды жүйелі түрде саралауға және оның аудиторияға ықпал ету ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік береді. Атап айтқанда, зерттеу барысында TikTok платформасында жарияланған бір бейнежазбаның нақты таралу үдерісі қадағаланды. Видеоконтенттің алғашқы жарияланымынан бастап оның кейінгі өзгерістеріне, аудитория тарапынан қабылдануына және қайта жариялану жиілігіне баса назар аударылды.

Мұндай тәсіл бейнемазмұнның тек даму динамикасын ғана емес, сонымен бірге оның таралу объектісін, яғни қандай аудиторияға бағытталғанын және кімдер тарапынан қолдау тапқанын айқындауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, бейнемазмұнның таралуына әсер ететін факторлар (мысалы, қолданушылардың пікірлері, «ұнату» немесе бөлісу әрекеттері) да зерттеу назарында болды. Осы арқылы контенттің медиа-кеңістіктегі өмірлік циклі мен оның ақпараттық ықпал ету әлеуеті кешенді түрде қарастырылды.

Нәтижелер мен талқылау

Қазіргі таңда TikTok платформасында халық ауыз әдебиетінің маңызды жанры – айтысты насихаттау үрдісі қарқынды түрде жүзеге асуда. Әлеуметтік желінің қысқа формадағы бейнемазмұн форматы айтыстың тартымдылығын арттырып, жастардың ұлттық өнерге деген қызығушылығын күшейтуге ықпал етіп отыр.

Мысалы, 2025 жылы Павлодар қаласында өткен “Ретро айтыста” Серік Қалиев пен Алтынгүл Қасымбекова арасындағы айтыс наурыз айында TikTok-та кеңінен таралып, көпшіліктің оң пікіріне ие болды. Бұл жағдай ұлттық өнердің жаңа медидағы трансформациясын айқындап қана қоймай, оның аудиториясын кеңейтуге де мүмкіндік берді.

Осы ретте айтыстың TikTok арқылы таралуы ұлттық мәдени мұраның сақталуы мен жаңаша интерпретациясына жол ашып отырғанын айтуға болады. Платформада жарияланған бейнематериалдар жастардың мәдени санасын қалыптастыруда маңызды рөл атқарып, дәстүрлі өнерді заманауи технологиялармен ұштастырудың тиімді үлгісіне айналууда.

Көрерменнің ерекше ықыласына бөленген Алтынгүл Қасымбекованың суырып салмалық қабілеті мен шешендік өнеріне қатысты оң пікірлер көптеп айтылды. Бұл ең алдымен ақынның ойын еркін жеткізіп, сөз өрнегін әсем үйлестіре білуімен байланысты. Сонымен қатар, аталған бейнематериалдың әлеуметтік желілерде тек бір рет қана емес, бірнеше мәрте жүктелгенін байқауға болады. Бұл құбылыс аудитория тарапынан жоғары сұраныстың бар екенін және ұлттық мазмұндағы контенттің кеңінен таралу мүмкіндігі зор екенін дәлелдейді.

Салынған контенттің кейбір нұсқаларында Алтынгүл Қасымбекованың: «Қыз күнімде «азам(ын)» демегем, Алланың берген бағы бұл» деген сөзі толық берілмей,

кей тұстары қысқартылғанын байқауға болады. Ал айтыскердің толық жауабы ресми түрде @aitys_alany парақшасында жарияланған. Дәл осы айтыстың әлеуметтік желідегі статистикасына сүйенсек, бейнематериал 667 мың қаралым жинап, 28,3 мыңнан астам лүпіл мен 934 пікірге ие болған. Сонымен бірге видеоны сақтап алғандар саны – 2340 болса, оны бөліскендер саны – 6658-ге жеткен.

Жиналған пікірлер мазмұны да әртүрлі бағытта болды. Мысалы, Турар атты қолданушы: «Апамыздың сөзі де, өзі де сүп-күйкімді яя?» деп пікір қалдырса, Шолпан есімді пайдаланушы: «Сөз тапқанға қолқа жоқ, недеген керемет айтыс, суырып салма жарайсың Алтынгүл» деп оң бағасын берген. Ал Аксауле Кошанова: «ой жарайсын Алтынгүл тилимен олтирдин гой 😁 коптен коринбей кетип един» деген сынды пікір қалдырған (оқырмандар пікірі редакцияланбай берілді). Мұндай мысалдар бейненің көрермен тарапынан үлкен қызығушылыққа ие болғанын және айтыскердің шығармашылық қабілетіне оң баға берілгенін айғақтайды.

Жоғарыда сөз еткен @aitys_alany парақшасында жарияланған бейнематериалдың толық мәтіні:

Алтынгүл Қасымбекова:

Өз сен сұлусың дегенге,
Үзіліп кетер ме екенмін?
Өз-өзіме, Құдай-ау,
Қызығып кетер ме екенмін?
Түлкі алдаған қарғадай,
Қызынып кетер ме екенмін?
Ауға түскен сазандай,
Сүзіліп кетер ме екенмін?
Тоқпан жілікттей қыз едім,
Мүжіліп кетер ме екенмін?
Қыпша белім қиылып,
Үзіліп кетер ме екенмін-ей...

Жасымнан естіп келемін –
Баяғы әңгіме, тағы жыр.
«Толықсың», - деп айтатын
Тыртақайлар әлі жүр.
Томпақ қыз болып танылғам,
Сол Алтынгүл – әлі гүл.
Қыз күнімде «азамын» дегем,
Алланың берген бағы бұл.

Немерелерім жанымда,
«Азба!» – дейді жарым да.
Серік-ау, сен сабыр қыл.
Денсаулығым бабында,
Елуден асқан шағымда
Салмағымды айтпай әрі жүр.

*Қайтадан байға тимеймін,
Енді маған бәрібір!*

Дәл осы айтысты талдай отырып, халық ауыз әдебиетінің ерекшеліктері қазіргі цифрлық заманда да өз маңызын жоймай, қарқынды дамып келе жатқанын байқауға болады. Бұл құбылыс дәстүрлі өнердің уақыт талабына бейімделіп, жаңа медиадағы трансформациясын айқын көрсетеді. Айтыс қана емес, сонымен қатар қазақтың салт-дәстүрлері, халық әндері мен жыраулар поэзиясы да цифрлық кеңістікте жаңа өмірге ие болып отыр. Мұның барлығы қазақ мәдени мұрасының заманауи медиалық ортада сақталып қана қоймай, жаңа формада қайта ұсынылып жатқанын дәлелдейді. Басқаша айтқанда, ұлттық өнер үлгілері цифрлық ландшафттың маңызды құрамдас бөлігіне айналып, мәдени бірегейліктің сақталуына және ұрпақаралық сабақтастықтың нығаюына ықпал етуде.

Қазақ мәдениетінің цифрлық ландшафты

Салт-дәстүр

Ұлттық
идентичтікті
нығайту, мәдени
бірегейлікті
сақтауға ықпал ету

Халық әндері

Музыкалық
мұраның қазіргі
форматқа
бейімделуі, мәдени
кодтың сақталуы

Айтыс

Жастардың
қызығушылығын
тудыратын жаңа
медиадағы ұлттық
өнердің
трансформациясы

Жыраулар поэзиясы

Ұрпақ
сабақтастығын
сақтаудағы және
тарихи сананы
жаңғыртудағы рөлі

2025 жылғы наурызда өткен Серік Қалиев пен Алтынгүл Қасымбекованың айтысы TikTok желісінде мыңдаған көрілім жинап, бірнеше күннің ішінде кеңінен таралды. Бұл бейнематериал жастар тарапынан ерекше қызығушылыққа ие болып, ұлттық өнердің жаңа медиадағы көрінісі ретінде оң қабылданды. Пікірлердің басым бөлігі айтыскерлердің суырып салмалығы мен сөз шеберлігін жоғары бағаласа, аз ғана сын пікірлер де кездесті. Мұндай құбылыс айтыстың дәстүрлі сахнадан цифрлық ортаға бейімделіп, жастарға қолжетімді форматта ұсынылып жатқанын көрсетеді.

Жыраулар поэзиясына қатысты жарияланған қысқартылған толғаулар бейнематериалдары орташа деңгейде таралғанымен, тұрақты аудиториясын қалыптастырған. Үлкен буын жыраулар мұрасын жылы қабылдап, тарихи-танымдық мәніне назар

аударса, жастар арасында белсенді пікірталас аса байқалмайды. Дегенмен бұл үлгі ұрпақ сабақтастығын сақтап, тарихи сананы жаңғыртуда маңызды рөл атқарады.

Ал халық әндеріне қатысты бейнероликтер, әсіресе жас орындаушылардың кавер-нұсқалары жиі трендке еніп, кеңінен таралып отыр. Жастар бұл туындыларды жаңа аранжировкада оң қабылдап, пікірлерде мақтау басым көрінеді. Мұндай жағдай қазақтың музыкалық мұрасын заманауи медиалық форматқа бейімдеп, мәдени кодтың сақталуына және жастар арасында насихатталуына ықпал етеді.

Салт-дәстүр тақырыбына арналған бейнематериалдар да кең аудиторияға таралып, жоғары қызығушылық тудырып отыр. Бесікке салу, тұсаукесер рәсімдері сияқты дәстүрлерді көрсететін видеоларды ата-аналар да, жастар да белсенді қарайды. Пікірлерде дәстүрдің тәрбиелік мәні жиі аталып өтсе, кейбір қолданушылар оны «ескілік» ретінде сынға алған. Соған қарамастан, мұндай контент ұлттық идентичтікті нығайтып, мәдени бірегейлікті сақтауда маңызды рөл атқарады.

TikTok пен басқа қысқа видеоплатформалар дәстүрлі мәдениеттің жаңа медиадағы өміршеңдігін көрсетеді. Айтыс, жыраулар поэзиясы, халық әндері мен салт-дәстүр бейнелері әртүрлі аудиторияға бағытталса да, барлығы ұлттық кодты сақтауға қызмет етеді. Бұл құбылыс – мәдени мұраның трансформациясы мен медиалық кеңістіктегі жаңа форматы.

Қорытынды

Қазіргі таңда жасөспірімдердің әлеуметтік ортада қалыптасуы мен тәрбиеленуінде негізгі ықпал етуші құралдардың бірі – әлеуметтік медиа болып отыр деуге толық негіз бар. Бұл құбылыс жастардың туғаннан бастап цифрлық ортада өмір сүріп, сандық құрылғыларды күнделікті тұрмысының бөлінбес бөлігі ретінде қабылдауымен түсіндіріледі. Дегенмен, әлеуметтік медианың ықпалына қарамастан, ұлттық құндылықтардың жасөспірімдердің тәрбиесінде маңызды рөл атқаратынын атап өту қажет.

Зерттеу барысында анықталғандай, ұлттық болмысты, салт-дәстүрді және халық ауыз әдебиетін цифрлық контент арқылы жеткізу олардың санасында мәдени мұраға деген оң көзқарасты қалыптастыра алады. Мәселен, қазақтың дәстүрлі өнерінің бір көрінісі болып саналатын ақындар айтысын әлеуметтік желілерде кеңінен насихаттау жасөспірімдердің ұлттық мәдениетке қызығушылығын арттырудың тиімді жолдарының бірі ретінде қарастыруға болады.

Жалпы алғанда, қазақ тіліндегі медиаконтентті ұлттық құндылықтармен ұштастыра отырып ұсыну, жас ұрпақтың ата-баба мұрасын жалғастырушы ретінде қалыптасуына ықпал ететіні айқындалды. Бұл әлеуметтік медиа кеңістігінің тек қана жаһандық мәдени ықпалдарға емес, сонымен қатар ұлттық рухани мұраны жаңғыртуға да мүмкіндік беретінін көрсетеді.

Осылайша, әлеуметтік мессенджерлер мен платформаларда таралған ұлттық мазмұндағы контентті талдай отырып, төмендегідей қорытындылар жасауға болады:

Біріншіден, кез келген ақпаратқа сыни тұрғыдан қарау – зерттеудің басты ұстанымдарының бірі. Әлеуметтік медиада жарияланған материалдардың шынайылығы

мен жалғандығын анықтау, әсіресе ұлттық құндылықтарға қатысты контентті дұрыс түсіндіруде ерекше маңызға ие.

Екіншіден, әлеуметтік желілерде жарияланған бейнематериалдарды автордың келісімінсіз қайта жүктеу немесе тарату – авторлық құқық нормаларының бұзылуына әкеледі. Сондықтан мұндай жағдайларда құқықтық шаралар қолдану қажеттілігі туындайды.

Үшіншіден, ұлттық мазмұндағы контентті қабылдайтын аудиторияның бар екендігі анықталды. Бұл – ұлттық мәдениетті жаңғыртуға бағытталған жобаларды қолдау мен дамытудың өзектілігін дәлелдейді.

Төртіншіден, әлеуметтік медида таралатын контентті өндіру мен таратудың барлық кезеңінде авторлық құқық нормаларын сақтау – сапалы әрі заңды ақпарат алмасудың кепілі болып табылады.

Бесіншіден, ұлттық құндылықтарға негізделген контентті кең аудиторияға жеткізуде блогерлер мен ықпал етуші тұлғалардың (influencer) рөлі ерекше. Сол себепті олардың әлеуетін пайдалану арқылы ұлттық мазмұнды кеңінен таратып, қоғамның мәдени санасын арттыруға мүмкіндік бар.

Авторлардың қосқан үлесі.

Жансерікова Назкен – мақаланың тұжырымдамасына немесе рәсімделуіне елеулі үлес; зерттеу нәтижелерін жинау, талдау немесе түсіндіру;

Бейсенқұлов Аязби – мәтін жазу және / немесе оның мазмұнын сыни тұрғыдан қайта қарау; жариялау үшін мақаланың соңғы нұсқасын бекіту;

Қуантаев Нұржан – жұмыстың барлық аспектілері үшін жауапты болуға келісім беру, деректердің дұрыстығына немесе мақаланың барлық бөліктерінің тұтастығына байланысты мәселелерді дұрыс зерттеу және шешу.

Әдебиеттер тізімі

1. Kazakhstan reports high digital literacy and internet usage [Электрондық ресурc] // The Astana Times. – 2025. – 15 сәуір. – URL: <https://astanatimes.com/2025/04/kazakhstan-reports-high-digital-literacy-and-internet-usage> (өтініш берген күні: 08.08.2025)
2. Kazakhstan reports high digital literacy and internet usage [Электрондық ресурc] // 4vlastinfo.kz. – 2025. – URL: <https://4vlastinfo.kz/news/kazakhstan-reports-high-digital-literacy-and-internet-usage> (өтініш берген күні: 08.08.2025)
3. Pew Research Center. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins [Электрондық ресурc]. – 2019. – URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (өтініш берген күні: 08.08.2025)
4. Rothman D. A. Tsunami of learners called Generation Z [Электрондық ресурc]. – 2016. – URL: https://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf (өтініш берген күні: 08.08.2025)
5. Number of monthly active users (MAU) of TikTok Worldwide from January 2018 to September 2021 [Электрондық ресурc] // Statista Research Department. – 2021. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1267892/tiktok-global-mau/> (өтініш берген күні: 08.08.2025)

6. Auxier B., Anderson M. Social media use in 2021 [Электрондық ресурс] // Pew Research Center. – 2021. – URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/> (өтініш берген күні: 08.08.2025)
7. Bergman R., Frenkel S., Zhong R. Major TikTok security flaws found [Электрондық ресурс] // The New York Times. – 2020. – 8 қаңтар. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/01/08/technology/tiktok-security-flaws.html> (өтініш берген күні: 08.08.2025)
8. Minhaj F., Leonard J. Dangers of the TikTok benadryl challenge [Электрондық ресурс] // Contemporary PEDS Journal. – 2021. – №1. – Б. 38. – URL: <https://www.contemporarypediatrics.com/view/dangers-of-the-tiktok-benadryl-challenge> (өтініш берген күні: 08.08.2025)
9. Scherr S., Wang K. Explaining the success of social media with gratification niches: Motivations behind daytime, nighttime, and active use of TikTok in China // Computers in Human Behavior. – 2021. – Т. 124.
10. Bucknell Bossen C., Kottasz R. Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers // Young Consumers. – 2020. – Т. 21. №4. – Б. 463–478.
11. Dunne Á., Lawlor M. A., Rowley J. Young people's use of online social networking sites – a uses and gratifications perspective // Journal of Research in Interactive Marketing. – 2010. – Т. 4. №1. – Б. 46–58.
12. Throuvala M. A., Griffiths M. D., Rennoldson M., Kuss D. J. School-based prevention for adolescent internet addiction: Prevention is the key. A systematic literature review // Current Neuropharmacology. – 2019. – Т. 17. №6. – Б. 507–525.
13. Masciantonio A., Bourguignon D., Bouchat P., Balty M., Rimé B. Don't put all social network sites in one basket: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and their relations with well-being during the COVID-19 pandemic // PLOS ONE. – 2021. – Т. 16. №3.
14. Anderson M., Jiang J. Teens, social media and technology 2018 [Электрондық ресурс] // Pew Research Center. – 2018. – URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> (өтініш берген күні: 08.08.2025)
15. Kuss D. J., Griffiths M. D. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned // International Journal of Environmental Research and Public Health. – 2017. – Т. 14. №3. – Б. 311.

Н.Ж. Жансерікова¹, А.А. Бейсенқұлов², Н.Қ. Қуантаев³

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

²Международный университет информационных технологий, Алматы, Казахстан

³Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Влияние видеоконтента в TikTok на молодежь: национальная идентичность и культурная коммуникация

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие видеоконтента, распространяемого в социальных сетях, и анализируется степень его популярности среди современной молодежи. Особое внимание уделяется национальному контенту и тому, в какой мере он востребован в молодежной среде, а также как через медиапрактики проявляется и трансформируется казахская идентичность. Теоретической основой исследования выступает социальная сеть TikTok, которая в последние годы стала ключевой платформой для производства и потребления

видеоко́н­тента. Автор анализирует научные подходы к изучению данной платформы, а также выявляет специфику распространения контента среди молодежи. Отдельный акцент сделан на том, каким образом использование цифровых инструментов влияет на формирование и изменение традиционных форм казахского мировосприятия в условиях глобализации и цифровизации. Кроме того, в статье приводятся статистические данные о цифровом поведении молодежи в Казахстане, иллюстрируемые конкретными примерами. Рассматривается феномен активного распространения айтысов в социальных медиа, что позволяет определить специфику аудитории, характер обратной связи и особенности коммуникации пользователей. Также затрагивается вопрос о возможности множественного распространения одного и того же контента на различных аккаунтах, что усиливает его охват и изменяет восприятие. В завершение анализируются сходства и различия в опубликованных видеоматериалах, количество просмотров и комментариев, выявляются возникающие проблемы и предлагаются пути их решения.

Ключевые слова: TikTok, медиапотребление молодежи, национальный контент, казахская идентичность, цифровая коммуникация.

N. Zhanserikova¹, A. Beisenkulov², N. Kuantayev³

¹Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

²International University of Information Technologies, Almaty, Kazakhstan

³L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

The influence of video content on TikTok on young people: national identity and cultural communication

Abstract. This article explores the phenomenon of video content distributed through social networks and examines its popularity among contemporary youth. Special attention is devoted to the circulation of national content and the ways in which it is perceived and appropriated by young audiences, highlighting how Kazakh identity is both represented and transformed through digital media practices. The theoretical foundation of the study is the TikTok platform, which in recent years has become one of the most influential environments for the production and consumption of short-form video content. The article analyses existing scholarly perspectives on TikTok and identifies the distinctive patterns of content dissemination among young people. Particular emphasis is placed on the role of digital tools in shaping and reshaping traditional forms of Kazakh worldview within the broader processes of globalization and digitalization. Empirical evidence is provided through statistical data on the digital behaviour of youth in Kazakhstan, further illustrated with concrete examples. The study also examines the phenomenon of aitys (oral improvisational poetry) actively circulating in social media, which reveals the specificity of audiences, feedback mechanisms, and user interaction. Furthermore, the possibility of reproducing identical content across multiple accounts is discussed as a factor that expands reach and alters reception. The article concludes by analysing similarities and divergences in published video materials, the number of views and comments, identifying the main challenges, and proposing possible solutions.

Key words: TikTok, youth media consumption, national content, kazakh identity, digital communication.

References

1. Kazakhstan reports high digital literacy and internet usage [Electronic resource] // The Astana Times. 15 Apr. (2025). Available at: <https://astanatimes.com/2025/04/kazakhstan-reports-high-digital-literacy-and-internet-usage> (accessed 08.08.2025).
2. Kazakhstan reports high digital literacy and internet usage [Electronic resource] // 4vlastinfo.kz. (2025). Available at: <https://4vlastinfo.kz/news/kazakhstan-reports-high-digital-literacy-and-internet-usage> (accessed 08.08.2025).
3. Pew Research Center. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins (2019). [Electronic resource] Available at: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (accessed 08.08.2025).
4. Rothman D. A Tsunami of learners called Generation Z [Electronic resource] (2016). Available at: https://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf (accessed 08.08.2025).
5. Number of monthly active users (MAU) of TikTok Worldwide from January 2018 to September 2021 [Electronic resource] // Statista Research Department. (2021). Available at: <https://www.statista.com/statistics/1267892/tiktok-global-mau/> (accessed 08.08.2025).
6. Auxier B., Anderson M. Social media use in 2021 [Electronic resource] // Pew Research Center. (2021). Available at: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/> (accessed 08.08.2025).
7. Bergman R., Frenkel S., Zhong R. Major TikTok security flaws found [Electronic resource] // The New York Times. 8 Jan. (2020). Available at: <https://www.nytimes.com/2020/01/08/technology/tiktok-security-flaws.html> (accessed 08.08.2025).
8. Minhaj F., Leonard J. Dangers of the TikTok benadryl challenge [Electronic resource] // Contemporary PEDS Journal. 1. 38(2021). Available at: <https://www.contemporarypediatrics.com/view/dangers-of-the-tiktok-benadryl-challenge> (accessed 08.08.2025).
9. Scherr S., Wang K. Explaining the success of social media with gratification niches: Motivations behind daytime, nighttime, and active use of TikTok in China // Computers in Human Behavior. 124(2021).
10. Bucknell Bossen C., Kottasz R. Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers // Young Consumers. 21(4), 463–478 (2020).
11. Dunne Á., Lawlor M. A., Rowley J. Young people's use of online social networking sites – a uses and gratifications perspective // Journal of Research in Interactive Marketing. 4(1), 46–58 (2010).
12. Throuvala M. A., Griffiths M. D., Rennoldson M., Kuss D. J. School-based prevention for adolescent internet addiction: Prevention is the key. A systematic literature review // Current Neuropharmacology. 17(6), 507–525 (2019).
13. Masciantonio A., Bourguignon D., Bouchat P., Balty M., Rimé B. Don't put all social network sites in one basket: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and their relations with well-being during the COVID-19 pandemic // PLOS ONE. 16(3). (2021).
14. Anderson M., Jiang J. Teens, social media and technology 2018 [Electronic resource] // Pew Research Center. (2018). Available at: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> (accessed 08.08.2025).
15. Kuss D. J., Griffiths M. D. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned // International Journal of Environmental Research and Public Health. 14(3). 311(2017).

Авторлар туралы мәлімет:

Жансерікова Н.Ж. – корреспондент автор, баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының докторанты, журналистика факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, әл-Фараби даңғылы, 71, 050040, Алматы қ., Қазақстан.

Бейсенқұлов А.А. – филол.ғ.к., қауымдастырылған профессор, бизнес, медиа және басқару факультеті, халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Манас көшесі, 34/1, 050040, Алматы қ., Қазақстан.

Қуантаев Н.К. – филол.ғ.к., доцент, журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Янушкевич к-сі, 6, 010005, Астана қ., Қазақстан.

Жансерікова Н.Ж. – автор-корреспондент, докторант кафедры Печати и электронных СМИ, Факультет журналистики, Казахский национальный университет им. Аль-Фараби, проспект Аль-Фараби, 71, 050040, г. Алматы, Казахстан.

Бейсенқұлов А.А. – к.филол.н., ассоциированный профессор, Факультет Бизнеса, медиа и управление, Международный университет информационных технологий, ул. Манаса, 34/1, 050040, г. Алматы, Казахстан.

Қуантаев Н.К. – к.филол.н., доцент, Факультет журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, ул. Янушкевич, 6, 010005, г. Астана, Казахстан.

Zhanserikova N. – corresponding author, PhD student of Department of Print and Electronic Media, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University, Al-Farabi Ave., 71, 050040, Almaty, Kazakhstan.

Beisenkulov A. – Candidate of philological sciences, Associate Professor, Faculty of Business, media and management, International University of Information Technologies, 34/1 Manas Street, 050040, Almaty, Kazakhstan.

Kuantayev N. – Candidate of philological sciences, Associate Professor, Faculty of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 6 Yanushkevich Street, 010005, Astana, Kazakhstan.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).