



XҒТАР 19.41.41

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-154-1-38-51>

Қазақстан медиасындағы цифрлық трансформацияның даму үрдістері мен ерекшеліктері

М.Б. Шиндалиева¹, А.П. Жанысбаева^{*2}, С.К. Тулебаева³

¹Туран университеті, Алматы, Қазақстан

^{*2}М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан

³М.Х. Дулати атындағы Тараз университеті, Тараз, Қазақстан

(E-mail: ¹mendigul@list.ru, ^{*2}akniyet.zh@bk.ru, ³sandugashtulebayeva84@gmail.com)

Аңдатпа. ХХІ ғасыр – ақпараттық қоғам мен технологиялық жаңғыру дәуірі. Бұл кезеңде цифрлық трансформация ұғымы тек экономикалық немесе техникалық салалармен шектелмей, әлеуметтік-коммуникативтік жүйелердің де негізгі қозғаушы күшіне айналды. Соның ішінде журналистика цифрлық технологиялардың ықпалына ең терең кіріккен салаларының бірі болып отыр. Бүгінгі таңда ақпарат өндіру, тарату және қабылдау процестері түбегейлі өзгеріп, журналистиканың дәстүрлі пішіндері жаңа медиа форматтармен алмасты. Осы тұрғыдан алғанда, цифрлық трансформацияның журналистикаға әсерін ғылыми тұрғыда талдау теориялық және практикалық маңызы жоғары өзекті мәселе. Зерттеу нәтижесінде цифрлық трансформация журналистиканың даму траекториясын түбегейлі өзгертетіні дәлелденді. Ақпараттық жылдамдық, интерактивтілік және мультимедиялық баяндау тәсілдері заманауи журналистің кәсіби құзыреттілігінің басты көрсеткішіне айналды. Сонымен бірге, этикалық жауапкершілік, фактчекинг және аудиториямен сенімді қарым-қатынас сақтау - цифрлық дәуірдегі журналистиканың басты миссиясы болып қала бермек. Мақалада цифрлық трансформация ұғымының мәнін ашып, оның қазіргі журналистикадағы көріністерін, ықпал ету тетіктерін және ұлттық медиакеңістіктегі даму ерекшеліктеріне талдау жасалған.

Түйін сөздер: цифрлық трансформация, жаңа медиа, мультимедиялық журналистика, деректер журналистикасы, подкастинг, жасанды интеллект.

Кіріспе

Қазіргі жаһандану және ақпараттық қоғам дәуірінде журналистика саласы түбегейлі өзгерістерге ұшырап отыр. ХХІ ғасырдың басты феномендерінің бірі – цифрлық

Түсті: 25.11.2025; Мақұлданды: 10.03.2026; Онлайн қолжетімді: 31.03.2026

трансформация. Бұл үрдіс ақпарат өндіру, тарату және тұтыну тәсілдерін түбегейлі өзгертті. Дәстүрлі баспасөз, радио мен теледидардың орнына интернет-платформалар, әлеуметтік желілер мен мобильді қосымшалар басты коммуникациялық арнаға айналды. Сол себепті журналистиканың цифрлық кеңістікке бейімделуі бүгінгі медианың даму бағытын айқындайтын негізгі факторлардың бірі болып отыр.

Зерттеу тақырыбының өзектілігі – цифрлық технологиялардың дамуы нәтижесінде журналистика жаңа форматтар мен құралдарға сүйене отырып, ақпаратты жылдам әрі интерактивті түрде жеткізуге мүмкіндік алды. Алайда бұл процесс тек техникалық жаңғырумен шектелмейді; ол кәсіби стандарттар, этика, аудиториямен байланыс, контент сапасы сияқты көптеген аспектілерге әсер етуде. Осы тұрғыдан алғанда, журналистикадағы цифрлық трансформацияны ғылыми тұрғыдан талдау – заманауи медиа жүйесін түсінудің маңызды шарты.

Мақсатымыз цифрлық трансформация ұғымының мәнін ашып, оның қазіргі журналистикадағы көріністерін, ықпал ету тетіктерін және ұлттық медиакеңістіктегі даму ерекшеліктерін талдау.

Негізгі міндет: цифрлық журналистика феноменінің теориялық негіздерін қарастыру; дәстүрлі және жаңа медианың өзара ықпалдастығын анықтау; қазақстандық медиадағы цифрлық трансформация үдерістерін сипаттау; жаңа технологиялардың журналистік контент пен аудиторияға әсерін бағалау.

Зерттеу нысаны – қазіргі журналистикадағы цифрлық трансформация құбылысы, яғни цифрлық жаңа технологиялардың журналистикаға енгізілу жолдары мен оның кәсіби тәжірибеге ықпалы.

Зерттеу әдістері ретінде талдау, салыстыру, контент-талдау және бақылау әдістері қолданылды. Бұл тәсілдер медиа контентті жан-жақты зерттеуге, жаңа медианың құрылымы мен аудиториялық реакциясын анықтауға мүмкіндік береді.

Цифрлық трансформация бұл – тек техникалық үдеріс емес, ол ақпараттық экожүйенің түбегейлі өзгерісін білдіреді. Яғни, цифрландыру журналистиканың форматын ғана емес, оның мазмұны мен функциясын да өзгертеді. Қазіргі журналист тек жаңалық жеткізуші емес, сонымен бірге контент-продюсер, медиасарапшы, әлеуметтік медиада белсенді тұлға ретінде қалыптасып келеді. Сонымен, цифрлық трансформация - жаңа медиа дәуіріндегі журналистиканың дамуын айқындайтын басты үрдіс, ал оны зерттеу – медиа кеңістіктегі өзгерістердің бағыты мен заңдылықтарын түсінуге ықпал етеді.

Әдіснама

Қазіргі кезеңде цифрлық технологиялардың дамуы журналистика саласына түбегейлі өзгерістер енгізді. Ақпарат тарату жылдамдығы, аудиториямен интерактивті байланыс және мультимедиялық форматтардың кеңеюі журналистік қызметтің жаңа парадигмасын қалыптастырды. Зерттеудің өзектілігі – цифрлық трансформацияның әсерінен дәстүрлі БАҚ құрылымы, журналистің кәсіби рөлі және ақпарат тұтыну мәдениеті айтарлықтай өзгеріске ұшырағанын. Осыған байланысты зерттеуде қазіргі журналистикадағы цифрлық трансформацияның негізгі бағыттарын, ерекшеліктерін және оның кәсіби стандарттарға ықпалын талдаймыз.

Зерттеу жұмысының әдіснамасы қазіргі журналистиканың цифрлық трансформация үдерісін жан-жақты зерттеуге бағытталған.

Цифрлық трансформация қазіргі журналистиканың дамуын айқындайтын негізгі факторлардың бірі және ол ақпарат өндіру, тарату және тұтыну тәсілдерін түбегейлі өзгертті. Гипотезаға сәйкес, цифрлық орта журналистикада жаңа жанрлық пішіндерді (интерактивті материалдар, мультимедиялық сторителлинг, деректер журналистикасы) тудырып, аудиториямен өзара байланысты нығайтады.

Зерттеу кезеңдері теориялық талдаудан, цифрлық журналистика тақырыбына арналған отандық және шетелдік еңбектерге шолу жасалып, цифрлық трансформация, жаңа медиа, медиатұтыну ұғымдары жүйеленді. Эмпирикалық зерттеу арқылы қазақстандық онлайн БАҚ (Tengrinews.kz, Informburo.kz, Massaget.kz) материалдарына контент-талдау жүргізіліп, мультимедиялық және интерактивті элементтерді қолдану деңгейі анықталды. Жиналған мәліметтер сандық және сапалық тұрғыда талданып, цифрлық трансформацияның журналистиканың кәсіби және құрылымдық өзгерістеріне әсері бағаланды.

Зерттеу нәтижесінде цифрлық журналистика контентінің келесі негізгі ерекшеліктері анықталды: материалдардың мультимедиялық және интерактивті сипаты артқан; журналист пен аудитория арасындағы байланыс әлеуметтік медиа арқылы күшейген; цифрлық платформаларда storytelling және data journalism бағыттары кең таралған; контент өндіру жылдамдығы артқанымен, фактчекинг және сенімділік мәселелері өзекті күйде қалып отыр.

Сонымен қатар, Қазақстандық БАҚ-тың цифрлық ортаға бейімделу деңгейі айтарлықтай жоғары екені байқалды, бірақ техникалық база мен мамандар даярлығы тұрғысынан белгілі бір шектеулер бар екені анықталды.

Цифрлық трансформация журналистиканың мазмұны мен форматын ғана емес, оның әлеуметтік рөлін өзгертті. Қазіргі журналист ақпарат жасаушы ғана емес, аудиториямен интерактивті байланыс орнатушы, сарапшы және медиамаркетолог рөлін қатар атқарады. Зерттеу нәтижелері цифрлық журналистиканың дамуында контент сапасы мен дереккөз сенімділігін сақтау маңызды екенін көрсетті.

Нәтижелер мен талқылау

Зерттеу барысында анықталғандай, цифрлық трансформация журналистиканың мынадай басты салаларына ықпал етіп отыр:

Ақпараттық өндіріс жүйесі. Бұрын журналистикада ақпарат жинау мен жариялау ұзақ мерзімді кезең болса, бүгінде бұл процесс жедел, автоматтандырылған және мобильді сипат алды. Смартфон мен әлеуметтік желілер жаңалық таратудың негізгі арнасына айналды.

Жаңа форматтардың қалыптасуы. Цифрлық журналистика мультимедиялық (бейне, аудио, инфографика), мобильді (MoJo), деректерге негізделген (data journalism) және иммерсивті (VR/AR) форматтарды дүниеге әкелді. Бұл форматтар аудиториямен жаңа коммуникациялық тәжірибе орнатуға мүмкіндік берді.

Этикалық және кәсіби стандарттар эволюциясы. Ақпараттық жылдамдық пен ашықтық дәуірінде журналистік жауапкершілік жаңа қырынан қаралуда. Фейк жаңалықтар, плагиат, авторлық құқық пен дербес деректерді қорғау сияқты мәселелер кәсіби этиканың өзегіне айналды.

Қазақстандық медианың цифрлық бейімделуі. Зерттеу барысында қазақстандық онлайн-басылымдардың тәжірибесі қарастырылды. Бұл платформалар мультимедиялық контент, сторителлинг және подкастинг форматтарын сәтті енгізіп, аудиториямен тиімді байланыс орнатқан.

Жасанды интеллект пен автоматтандырудың рөлі. Жасанды интеллект (AI) технологиялары фактчекинг, деректерді сараптау және материал генерациясында белсенді қолданылуда. Алайда, AI-дың этикалық салдары – авторлық пен бейтараптық мәселелері – журналистік қауымдастықта жаңа талқылау тақырыбына айналды.

Цифрлық трансформация – бұл тек технологиялық жаңару ғана емес, ақпараттық қоғамның коммуникациялық құрылымын түбегейлі өзгертетін көпқырлы әлеуметтік-мәдени құбылыс (Богомолова, 2024). «Digital transformation» ұғымы алғаш рет XXI ғасырдың басында IT-индустрия мен медиа менеджмент саласында кеңінен қолданылды. Бұл ұғым ақпаратты өндіру, сақтау және тарату процестерінің толықтай цифрлық форматқа көшуін білдіреді.

Медиа саласында цифрлық трансформация журналистикадағы дәстүрлі ақпараттық тізбектің (ақпарат жинау – өңдеу – жариялау – тарату) жаңа технологиялар негізінде жаңаруына алып келді. Бұл процесс тек техникалық құралдарды жетілдірумен шектелмейді; ол аудиторияның мінез-құлқын, контент тұтыну мәдениетін және журналистиканың әлеуметтік рөлін өзгертеді.

Америкалық зерттеуші Мануэль Кастельс (2016) атап өткендей, қазіргі қоғам «ақпараттық желілік қоғам» (network society) сипатында дамуда. Мұндай қоғамда ақпарат – экономикалық және мәдени капиталдың негізгі көзіне айналды. Сондықтан журналистиканың цифрлық кеңістікке енуі – оның өміршеңдігін сақтап қалу жолы ғана емес, жаңа медиа экожүйеде бәсекеге қабілетті болудың алғышарты.

Дәстүрлі БАҚ (газет, радио, телеарна) ұзақ уақыт бойы қоғамдағы негізгі ақпарат көзі болып келді. Алайда интернеттің дамуы және цифрлық платформалардың пайда болуы журналистиканың жаңа формаларының қалыптасуына жол ашты.

Жаңа медиа дәстүрлі медиамен бәсекеге түспей, керісінше, оны толықтырып, мультимедиялық синтез тудырды. Қазіргі редакциялар бір уақытта бірнеше платформада жұмыс істейді: баспа нұсқасы, сайт, әлеуметтік желілер, мобильді қосымша және подкаст форматтары. Осылайша, медианың трансформациясы – бұл «офлайннан онлайнға көшу» процесі емес, ақпараттық өнімнің табиғаты мен аудиториямен қарым-қатынас сипатының түбегейлі өзгеруі.

Ақпараттық қоғам концепциясы XX ғасырдың екінші жартысында қалыптасып, Дэниел Белл (1999), Элвин Тоффлер (2010), Мануэль Кастельс (2016b), сияқты теоретиктердің еңбектерінде кеңінен талданды. Олардың пікірінше, ақпарат қазіргі заманның негізгі ресурсына айналып, қоғамның әлеуметтік және экономикалық құрылымын айқындайды.

Бұл контексте журналистика тек ақпарат тарату құралы ғана емес, сонымен қатар қоғамдық пікір мен мәдени құндылықтарды қалыптастыратын тетікке айналды. Технологиялық прогресс журналистикадағы материал дайындау жылдамдығын арттырып, интерактивтілік пен дерекке қолжетімділікті күшейтті. Мысалы, big data технологиясы, жасанды интеллект және алгоритмдік журналистика редакцияларға күрделі деректерді талдап, автоматты жаңалықтар құрастыруға мүмкіндік беріп отыр. Бұл – кәсіби журналистиканың жаңа бағыты.

Цифрлық журналистика (digital journalism) – интернет пен жаңа коммуникациялық технологиялар негізінде ақпаратты өндіру, өңдеу және тарату процесін білдіретін ұғым. Бұл феноменнің ерекшелігі – мультимедиалық форматтар, интерактивтілік және жылдамдық.

Халықаралық зерттеушілердің пікірінше, цифрлық журналистика үш негізгі өлшемге сүйенеді:

Технологиялық – ақпарат өндіру мен таратудың жаңа құралдары (CMS, әлеуметтік медиа, подкастинг, стриминг);

Құрылымдық – дәстүрлі редакциялық модельден желілік, ашық модельге көшу;

Мазмұндық – мәтіннің мультимедиалық сипаты (видео, графика, деректер журналистикасы) (Luttrell, R., Davis, and Welch, 2025).

Зерттеуші Марк Деуз атап өткендей, цифрлық журналистикада аудитория тек тұтынушы емес, сонымен қатар қатысушы (prosumer) ретінде көрінеді. Бұл журналистика мен қоғам арасындағы қарым-қатынастың жаңа парадигмасын қалыптастырды (Карпов, (2021). Жаңа медиа дәуірінде ақпарат көлемі артқанымен, шынайылық пен сенімділік мәселесі өзекті болып қалды. Жалған ақпарат (fake news), дезинформация және манипуляциялық контенттің таралуы цифрлық кеңістіктегі басты қауіптердің бірі. Сондықтан цифрлық трансформация кезеңінде медиа этика мен медиа сауаттылық ерекше маңызға ие. Журналист тек дерек жинаушы емес, сонымен қатар ақпарат сапасын тексеруші (fact-checker) және қоғам алдындағы жауапкершілікті сезінетін кәсіби тұлға болуы тиіс.

UNESCO мен Reuters Institute зерттеулерінде қазіргі журналистика үшін басты құндылық ретінде «сенімділік пен дерек нақтылығы» аталады. Демек, цифрлық журналистикадағы басты міндет – технологиялық тиімділік пен этикалық жауапкершілікті үйлестіру (Guo et al, 2025). Жасанды интеллект дәуіріндегі журналистикаға арналған атрибуция және дереккөзді ашу стратегиялары (Opdahl et al, 2023), деректер журналистикасында ақпаратты ұсыну, интерфейстерінің әлеуеті (Zhang and Lu, 2021), жасанды интеллект көмегімен сенімді журналистика жасау жолдары (11. Aravamudhan et al, 2014), жаһандық зерттеулердің жүйелі библиометриялық және тақырыптық талдауы тақырыбына арналған шетел ғалымдарының еңбектеріне сүйене отырып зерттеу жүргіздік.

Журналистикадағы цифрлық трансформация – медианың құрылымдық, мазмұндық және әлеуметтік функцияларын жаңа деңгейге көтерген күрделі құбылыс. Ол дәстүрлі медианың шекарасын кеңейтіп, журналистиканы мультимедиалық, деректерге негізделген және интерактивті салаға айналдырды. Бұл үдеріс тек құралдардың жаңаруымен шектелмей, журналистің кәсіби рөлі мен қоғам алдындағы миссиясын қайта пайымдауға мүмкіндік берді. Сондықтан цифрлық трансформацияның теориялық негіздерін түсіну – қазіргі медианың даму логикасын және болашақ журналистиканың бағыттарын айқындаудың басты кілті.

XXI ғасырдың басты ерекшелігі – ақпараттың жылдам таралуы мен медиаконтентті тұтынудың жаңа формаларының пайда болуы. Цифрлық технологиялар қоғамның барлық саласына еніп, журналистиканың табиғатын, өндіріс процесін және аудиториямен өзара қарым-қатынасын түбегейлі өзгертті. Бұл трансформация кәсіби журналистиканың жаңа форматтарын қалыптастырды, ал журналист мамандығы дәстүрлі ақпарат жеткізушіден медиаинноватор, мультимедиялық продюсер деңгейіне көтерілді.

Цифрлық технологиялар – ақпаратты жинау, өңдеу, сақтау және тарату үдерісін автоматтандыратын инновациялық құралдар жиынтығы. Олар журналистика саласында бірқатар түбегейлі өзгерістер әкелді:

– Ақпаратты өндірудің жылдамдығы артты. Репортерлер енді жаңалықты тікелей оқиға орнынан смартфон, планшет немесе тікелей эфир платформалары арқылы бір мезетте тарата алады.

– Мультимедиялық форматтар кеңінен қолданылуда – мәтін, бейне, аудио, инфографика және анимация элементтері біріктірілген материалдар ақпаратты қабылдауды жеңілдетеді.

– Интерактивтілік пен аудиториямен кері байланыс күшейді. Комментарийлер, әлеуметтік желілердегі реакциялар мен онлайн сауалнамалар журналист пен қоғам арасындағы қатынасты жаңа деңгейге көтерді.

– Жасанды интеллект (AI) және Big data технологиялары ақпаратты талдау мен фактчекінг сапасын арттыруда. Мысалы, Reuters және The Washington Post редакцияларында AI жаңалық генерациясы мен аудиториялық трендтерді болжауда кеңінен қолданылады.

Цифрлық трансформация журналистиканың жаңа форматтарын дүниеге әкелді. Ең маңыздысы – онлайн, мультимедиялық және интерактивті форматтардың тоғысуы.

Онлайн-журналистика. Бұл формат цифрлық медиа кеңістіктегі ең басты бағыт болып саналады. Интернет-платформалар (сайттар, Telegram-арналар, YouTube және TikTok секілді желілер) ақпаратты жедел таратуға мүмкіндік берді. Онлайн-журналистика аудиторияның мінез-құлқына бейімделген форматтарды дамытты – қысқа жаңалықтар, видеосторилер, push-хабарламалар мен live-трансляциялар.

Мультимедиялық журналистика. Мәтін, фото, бейне, аудио және графиканы біріктіріп, бір материалда оқиғаны жан-жақты көрсетуге бағытталған. Мысалы, BBC мен The New York Times мультимедиялық репортаждарында оқиға динамикасы мен эмоциялық әсер бір арнаға тоғысып, пайдаланушы тәжірибесін арттырады.

Мобильді журналистика (MoJo). Смартфон мен мобильді қосымшалар арқылы ақпарат өндіру мен тарату әдісі. Қазақстандық медиа кеңістікте де бұл формат кең таралған – мысалы, «Tengrinews», «Kazinform» және «Baribar.kz» тілшілері оқиғалар орнынан тікелей эфирге шығып, бейнежазбаларды жылдам өңдеп жариялайды.

Подкастинг және аудиожурналистика. Подкаст – тыңдауға ыңғайлы формат, ол мобильді құрылғылар мен стриминг платформалары (Spotify, Apple Podcasts, Yandex Music) арқылы тарайды. Бұл формат аудиториямен сенімді қарым-қатынас орнатуға мүмкіндік береді, әсіресе сараптамалық журналистикада тиімді.

Деректер журналистикасы (Data Journalism). Big Data мен визуализация құралдарын қолдану арқылы күрделі ақпаратты түсінікті инфографика түрінде ұсынуға бағытталған. Мысалы, COVID-19 кезеңінде интерактивті карталар мен статистикалық талдау материалдары журналистиканың жаңа деңгейін көрсетті.

Иммерсивті форматтар (VR және AR журналистика). Виртуалды (VR) және толықтырылған (AR) шындық технологиялары оқырманды оқиға ортасына енгізіп, жаңа эмоциялық тәжірибе береді. Мысалы, The Guardian-ның «6x9» VR жобасы түрме өмірін көрерменге сезіндіре отырып, әлеуметтік журналистиканың жаңа бағытын ашты.

Қазақстанда цифрлық журналистика қарқынды дамып келеді. Соңғы жылдары интернет-басылымдар мен әлеуметтік желілерге бейімделген контент форматтары алдыңғы қатарға шықты. Мысалы: «Informburo.kz» пен «The Village Kazakhstan» –

мультимедиялық журналистика үлгісін көрсетті, «Baribar.kz» жастар аудиториясына арналған сторителлинг пен деректер журналистикасын біріктірген, «Qazaq Times» сараптамалық материалдар мен подкасттарды сәтті біріктіреді. Мұндай тәжірибелер цифрлық технологиялар тек техникалық құрал емес, журналистік ойлаудың жаңа мәдениетін қалыптастыратынын дәлелдейді.

Жаңа технологиялар журналистиканы дәстүрлі құрылымнан алып шығып, интерактивті, мультимедиялық, мобильді және деректерге негізделген жаңа сапаға жеткізді. Цифрлық форматтар журналистің кәсіби бейнесін кеңейтті, ал аудиториямен байланыс бұрынғыдан да жедел және ашық сипат алды. Осылайша, қазіргі журналистика – технология мен шығармашылықтың, жеделдік пен сенімділіктің, дерек пен эмоцияның үйлескен жаңа медиаэкожүйесіне айналды.

Қазақстанда цифрлық журналистика 2010 жылдардан бастап белсенді дами бастады. Интернет пен мобильді құрылғылардың қолжетімділігі артқан сайын дәстүрлі БАҚ жаңа форматтарға көшті. Қазіргі таңда еліміздегі ақпарат құралдарының басым бөлігі онлайн режимде жұмыс істейді, ал көпшілігі әлеуметтік желілерде өз аудиториясын қалыптастырған.

Ұлттық статистика бюросының деректеріне сәйкес, 2024 жылы Қазақстан халқының 93%-ы интернетке қол жеткізе алады. Бұл көрсеткіш медиа тұтыну мәдениетінің толық цифрлық кеңістікке ауысқанын дәлелдейді. Мәдениет және ақпарат министрлігінің мәліметінше, 2025 жылдың соңына дейін барлық мемлекеттік және жеке медиалар толық цифрлық форматқа көшуді аяқтауы тиіс.

Қазақстанда дәстүрлі медиа мен онлайн платформалардың интеграциясы қарқынды жүруде. Мысалы, «Хабар» агенттігі, «ҚазАқпарат», «Егемен Қазақстан», «Айқын», «КТК», «31 арна» сияқты медиалар өз сайттарын, Telegram және YouTube арналары мен әлеуметтік желідегі ресми парақшаларын дамытып отыр.

Мысалы, Khabar 24 телеарнасы эфирдегі жаңалықтармен қатар сайт пен әлеуметтік желілерде жаңалықтардың қысқаша бейне-нұсқасын жариялайды. Бұл – контенттің көпплатформалылығын қамтамасыз ететін үлгі. Сол сияқты Tengrinews.kz пен Informburo.kz порталдары мәтіндік материалмен бірге подкаст, бейнежазба және инфографикалық талдаулар ұсынады. Мұндай интеграция аудиторияны кеңейтіп қана қоймай, ақпарат таратудың икемді жүйесін қалыптастырды. Нәтижесінде қазақстандық журналистикада дәстүрлі және цифрлық медианың ара-жігі біртіндеп жойылып келеді.

Қазіргі медианың табысы – оның цифрлық стратегиясына байланысты. Көптеген редакциялар аудиториямен байланыс орнату үшін SMM (Social Media Marketing) және Digital PR құралдарын қолдануда. Мысалы: Massaget.kz – жастар аудиториясына бағытталған мультимедиялық портал. Ол Instagram, TikTok және Telegram арқылы креативті визуалды контент пен қысқа бейнероликтер ұсынады. Ulys Media және Zakon.kz жаңалықтарын әлеуметтік желілерге бейімдеп, сараптамалық материалдармен қатар интерактивті сауалнамалар мен түсіндірме бейнежазбалар жариялайды. Baribar.kz өз аудиториясын жастар мен студенттер арасынан тауып, әлеуметтік желілердегі storytelling тәсілін кеңінен қолданады. SMM стратегиясының басты мақсаты – оқырманмен үздіксіз диалог орнату және аудиторияның сенімін қалыптастыру. Бұл бағытта журналист тек контент өндіруші емес, аудитория менеджері рөлін де атқарады.

Қазақстандық медиада соңғы жылдары жаңа технологиялық форматтар пайда болды: подкастинг пен стриминг жобалары: «Qazaq FM», «Jas Qazaq podcast», «Талқылайық!» сияқты жобалар қоғамдағы өзекті мәселелерді талқылап, жаңа аудиторияны тартуда.

Деректер журналистикасы (Data Journalism): Vlast.kz пен Factcheck.kz ақпарат көздерін талдап, статистикалық деректер негізінде сараптамалық материалдар ұсынады. Мобильді репортаж: өңірлік журналистер оқиға орнынан тікелей эфир жүргізіп, бейнематериалдарды смартфон арқылы өңдеп, жедел жариялап отырады. Мысалы, 2022 жылы болған әлеуметтік оқиғалар мен сайлау науқандары кезінде көптеген медиалар оқиғаларды мобильді құрылғы арқылы тікелей эфирде көрсетті. Бұл тәжірибе ақпарат таратудағы жылдамдық пен шынайылықты арттырды.

Цифрлық жаңғырудың тиімді жақтарымен қатар, белгілі бір қиындықтары да бар: ақпарат сапасының төмендеуі: жылдамдық пен рейтинг қуу кейде мазмұн сапасын төмендетеді; фейк жаңалықтар мен манипуляциялар: ақпараттың шынайылығын тексеру мәселесі өзекті болып отыр; кадрлық дайындық: жаңа медиа құралдарын меңгерген мамандар тапшылығы сезіледі; монетизация мен қаржыландыру мәселесі: жарнама нарығының цифрлық ортаға бейімделуі баяу жүруде.

Сонымен қатар, бұл үдеріс үлкен мүмкіндіктер де ашады:

- жаңа жұмыс форматтары (фриланс-журналистика, кроссмедиалық жобалар);
- аудиториямен тікелей байланыс және дербес бренд қалыптастыру;
- өңірлік медианың интернет арқылы республикалық және халықаралық деңгейге шығуы.

Қазақстан үкіметі соңғы жылдары медиа саласының цифрлануына ерекше көңіл бөлуде. «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы аясында БАҚ инфрақұрылымын жаңарту, деректерге қолжетімділікті арттыру және киберқауіпсіздікті қамтамасыз ету бағытында бірқатар жобалар жүзеге асырылды.

Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі 2024 жылы қабылдаған Медиа саласын дамытудың 2025 жылға дейінгі тұжырымдамасында цифрлық медианы қолдау, контент сапасын арттыру және медиа сауаттылықты дамыту негізгі басымдық ретінде белгіленді. Мұның бәрі ұлттық журналистиканың халықаралық стандарттарға сай, бәсекеге қабілетті жаңа цифрлық деңгейге көтерілуіне мүмкіндік береді.

Қазақстандық журналистика бүгінде цифрлық трансформация кезеңін белсенді түрде бастан өткеруде. Бұл үдеріс ақпараттық технологиялардың дамуы, аудитория талғамының өзгеруі және жаңа коммуникациялық мәдениеттің қалыптасуымен тікелей байланысты. Цифрлық журналистика еліміздің медиа саласын жаңаша бағытқа бұрып, оның тиімділігін, жылдамдығын және интерактивтілігін арттырды. Алдағы уақытта цифрлық стратегияларды жетілдіру, кадрларды жаңа медиаға бейімдеу және медиа сауаттылық деңгейін көтеру – ұлттық ақпараттық кеңістіктің тұрақты дамуын қамтамасыз ететін басты шарттардың бірі болмақ.

Цифрлық дәуірдің келуі журналистикаға бұрын-соңды болмаған мүмкіндіктермен қатар, бірқатар жаңа этикалық және кәсіби сын-қатерлерді де алып келді. Ақпараттың жылдам таралуы, әлеуметтік желілердегі бәсеке, фейк жаңалықтардың көбеюі мен аудиторияның сенім дағдарысы – қазіргі журналистің кәсіби жауапкершілігі мен моральдық ұстанымдарын қайта қарауға мәжбүр етті. Осы тарауда цифрлық трансформацияның журналистік этика мен кәсіби стандарттарға тигізген ықпалы жан-жақты талданады.

Цифрлық этика – интернет пен жаңа медиа кеңістігінде ақпарат өндіру, тарату және тұтыну үдерістерінде моральдық нормаларды сақтау қағидаларының жиынтығы. Дәстүрлі журналистикада этикалық кодекстер көбіне дереккөзбен жұмыс, бейтараптық

және қоғамдық жауапкершілікке бағытталса, цифрлық ортада бұл қағидалар кеңейіп, келесі жаңа мәселелерді қамтиды:

- ақпараттың дәлдігі мен верификациясы (ақпарат көзін нақтылау, фейк пен манипуляцияны болдырмау);
- дербес деректер мен құпиялықты қорғау (цифрлық із, жеке аккаунттардың қауіпсіздігі);
- авторлық құқық пен плагиат мәселесі (контентті рұқсатсыз көшіру, визуал элементтерді пайдалану);
- жасанды интеллект қолдану этикасы (AI құралдары арқылы жасалған материалдың ашық белгіленуі).

Цифрлық журналистикадағы этика – тек кәсіби нормалардың жиынтығы емес, сонымен қатар медиаэкожүйенің тұрақтылығын қамтамасыз ететін мәдени құндылық.

Бүгінгі журналист тек ақпарат таратушы емес, онлайн-коммуникация менеджері. Ол әлеуметтік желілерде, Telegram-арналарда, YouTube платформаларында контентті жылдам жариялап, аудиториямен тікелей байланыс орнатады. Мұндай жағдайда этикалық қателіктердің салдары тез әрі кең таралады. Мысалы, Clickbait (назар аударту мақсатындағы арандатушы тақырыптар) немесе манипулятивті контент аудиторияның сенімін жоғалтуға әкеледі. Сонымен қатар, фейк жаңалықтар мен дезинформация мәселесі журналистиканың беделін түсіріп, кәсіби этикаға қауіп төндіреді.

Сондықтан цифрлық журналист: деректерді тексеруге уақыт бөлуі керек; ақпараттың дереккөзі мен контекстін нақты көрсетуі қажет; аудиторияның эмоционалды реакциясын саналы түрде басқаруы тиіс.

Қазақстандық медиада да бұл мәселелер өзекті. Мысалы, әлеуметтік желілерде тарап кеткен жалған ақпараттар («вакцинация зиян» сияқты фейктер) кей редакциялар мен блогерлердің кәсіби жауапкершілігін талқыға салды. Журналистиканың дәстүрлі кәсіби стандарттары – объективтілік, нақтылық, теңгерім, қоғамдық мүдде және бейтараптық – цифрлық кеңістікте жаңа қырынан көрінеді. 1-кесте.

Рет саны	Дәстүрлі стандарт	Цифрлық дәуірдегі трансформация
1.	Объективтілік	Алгоритмдік бейтараптық және фактчекінг құралдары арқылы қолдау табады
2.	Нақтылық	Жеделдіктен гөрі сенімділікке басымдық берілуі тиіс
3.	Теңгерім	Әртүрлі әлеуметтік платформалардағы пікірлерді тең қамту қажеттілігі
4.	Қоғамдық мүдде	Ақпараттық хаоста қоғамдық диалог пен сауаттылықты сақтау міндеті
5.	Бейтараптық	Блогинг пен азаматтық журналистика дәуірінде жаңа мағынаға ие болды

Қазіргі цифрлық журналист кәсіби стандарттарды ұстана отырып, бір мезгілде аудиторияның эмоциясына әсер ету мен назарын ұстап тұру міндетін қатар орындайды. Бұл - жеделдік пен этика арасындағы тепе-теңдік мәселесін өзекті етеді.

Фейк жаңалықтар – цифрлық журналистика этикасына төнген басты қауіптердің бірі. Әлеуметтік желілер мен мессенджерлердегі шексіз ақпарат ағынында шынайы дерек пен жалған мәліметтің шекарасы жиі бұлыңғыр. Сондықтан қазіргі редакциялар

мен журналистер фактчекинг мәдениетін дамытуда. Мысалы: Factcheck.kz, StopFake.kz, Ulysmidia.kz жобалары Қазақстанда медиасауаттылық пен ақпаратты тексеру мәдениетін қалыптастыруға үлес қосып отыр. Халықаралық деңгейде Reuters Fact Check, AFP Fact Check секілді платформалар жалған ақпараттың таралуына қарсы тұруда.

Фактчекинг тек этикалық құрал емес, сонымен қатар сенімді ақпараттың әлеуметтік капиталы болып саналады.

AI (жасанды интеллект) журналистиканы жаңа деңгейге шығарғанымен, ол бірқатар этикалық сұрақтарды туындатты. Машина жасаған контенттің авторлығы кімге тиесілі? Алгоритмдік таңдау (мысалы, жаңалықтарды іріктеу немесе ұсыныс жүйесі) бейтарап бола ала ма? AI құралдары қоғамдық пікірді манипуляциялауға әкелмей ме? Журналист AI-ды қолданғанда, аудиторияға ашық түрде материалдың адам немесе алгоритм арқылы жасалғанын көрсетуі керек. Бұл – цифрлық этиканың жаңа стандарты.

Цифрлық трансформация журналистиканың кәсіби мәдениетіне жаңа талаптар қойды. Жаңалықтың жылдамдығы мен қолжетімділігі артып, бірақ этикалық жауапкершілік одан да маңызды бола түсті. Қазіргі заманғы журналист – ақпарат өндіруші ғана емес, моральдық модератор. Ол қоғамның сенімін сақтау үшін: шынайылық, әділдік және транспаренттілік қағидаларын ұстануы тиіс; цифрлық платформаларда этикалық стандарттарды қолдана білуі қажет; жасанды интеллект пен жаңа технологияларды адамгершілік тұрғысынан бағалауы міндет. Осылайша, цифрлық дәуірдегі журналистік этика мен кәсіби стандарттар – ақпарат дәуіріндегі ең маңызды «сенім капиталының» негізін құрайды.

Қорытынды

Журналистиканың цифрлық трансформациясы кәсіби стандарттар мен этикалық нормаларды түбегейлі қайта қарауға итермеледі. Бұрын тек ақпараттың мазмұнына жауапты болған журналист енді оның таралу жылдамдығы, аудиторияға әсері және технологиялық қауіпсіздігі үшін де жауап береді. Әсіресе әлеуметтік желілер мен платформалық медианың дамуы дәстүрлі «ақпараттық бақылау» рөлін бұзып, әр журналистің жеке этикалық шешім қабылдау қабілетін маңызды етті. Осы тұрғыдан алғанда, қазіргі журналистикада сенім, фактке адалдық және қоғам алдындағы жауапкершілік негізгі кәсіби құндылықтарға айналды. Цифрлық дәуірдің этикасы – тек ережелер жиынтығы емес, бұл – медиамәдениеттің сапасын анықтайтын моральдық өлшем. Сондықтан журналистердің жаңа технологияларды қолдану мәдениеті мен этикалық сауаттылығы ақпараттық қоғамның тұрақты және қауіпсіз дамуының басты кепілі болып қала береді.

Қазіргі ақпараттық қоғам жағдайында цифрлық трансформация журналистиканың мәні мен құрылымын түбегейлі өзгертті. Бұрын дәстүрлі БАҚ тек ақпарат көзі ретінде қарастырылса, бүгінде медиа – интерактивті, мультимедиялық және деректерге негізделген экожүйеге айналды. Цифрлық технологиялар журналистиканы жаңаша форматтармен, жеделдікпен және аудиториямен тікелей байланыс орнату мүмкіндігімен байытты. Осы зерттеу нәтижесінде цифрлық трансформацияның журналистика саласына әкелген негізгі өзгерістері мен оның кәсіби, этикалық салдары анықталды.

Цифрлық трансформацияның журналистикаға әкелген негізгі өзгерістері:

– Ақпарат өндіру мен тарату жылдамдығы артты – цифрлық платформалар мен әлеуметтік желілер жаңалықтарды секундтар ішінде таратуға мүмкіндік береді.

– Мультимедиялық және интерактивті форматтар пайда болды - мәтін, фото, бейне және графика тоғысқан интеграциялық контент қалыптасты.

– Журналистің кәсіби рөлі өзгерді – ол енді тек ақпарат жеткізуші емес, контент-менеджер, сарапшы және медиа-продюсер рөлін қатар атқарады.

– Аудиториямен қарым-қатынас моделі жаңарды – кері байланыс пен пікір алмасу мәдениеті медианың ашықтығын арттырды.

– Этикалық және құқықтық нормалар қайта қаралды – фейк жаңалықтар, авторлық құқық және дербес деректерді қорғау мәселелері өзекті бола түсті.

Жүргізілген зерттеу көрсеткендей, цифрлық трансформация тек технологиялық құбылыс емес, сонымен қатар журналистік ойлау мен кәсіби мәдениеттің өзгерісі. Қазақстандық медиакеңістікте де бұл процесс белсенді жүріп жатыр: онлайн-платформалар, подкасттар, деректер журналистикасы мен мобильді журналистика кең өріс алды. Алайда, цифрлық ортадағы бәсеке мен фейк ақпараттың көбеюі журналистердің этикалық жауапкершілігін күшейту қажеттігін айқындайды. Сондықтан кәсіби стандарттар мен фактчекинг мәдениетін жетілдіру - бүгінгі медианың басты талабы

Ұсыныстар:

Қазақстандық журналистика үшін ұлттық медиаэтика кодексін жаңарту және оны цифрлық орта талаптарына сәйкестендіру маңызды. Фактчекинг және медиасауаттылық орталықтарын дамыту арқылы ақпараттық манипуляцияларға қарсы мәдениетті нығайту қажет. Жас журналистер мен студенттерге арналған практикалық тренингтер (мобильді журналистика, деректер талдауы, сторителлинг, подкастинг) көбейтілуі тиіс. Мемлекеттік және жеке БАҚ үшін цифрлық стратегия мен киберқауіпсіздік стандарттарын жетілдіру қажет.

Қорыта айтқанда, цифрлық трансформация журналистиканы жаңа сапалық деңгейге көтеріп, оның әлеуметтік миссиясын кеңейтті. Ендігі міндет – осы мүмкіндіктерді қоғам мүддесіне тиімді пайдалану, сенімді әрі жауапты медиа кеңістікті қалыптастыру. Цифрлық журналистика – ақпарат дәуіріндегі мәдени, этикалық және технологиялық үйлесімнің көрінісі.

Авторлардың қосқан үлесі:

Шиндалиева М.Б. – бақылау және ұсыныс беру, мақсат-міндетті анықтау, жалпы ғылыми аппаратты басқару, деректерді сұрыптау, редакциялау.

Жанысбаева А.П. – хат-хабар авторы, әдебиетпен жұмыс, негізгі бөлімді жазу, материалдарды жинау.

Тулебаева С.К. – материалды өңдеу, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу.

Әдебиеттер тізімі:

1. Богомоллова, Н.Н. (2024) Журналистика в цифровую эпоху: вызовы и перспективы [Электрондық ресурс]: материалы междунар. науч.-практ. конф. Минск: БГУ.

2. Кастельс, М. (2016) Власть коммуникации: учеб. пособие. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики.

3. Белл, Д. (1999) Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М.: Академия. [Онлайн] Қолжетімді: <https://www.bibliofond.ru/k6rinis.aspx?id=487796> (қаралған күні: 11.11.2025).

4. Тоффлер, Э. (2010) Третья волна. М.: Фирма «АСТ Publishing».
5. Luttrell, R., Davis, J. and Welch, C. (2025) Source attribution and detection strategies for AI-era journalism. *Telecommunications Policy*, 103053. [Онлайн] Қолжетімді: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308596125001508> (қаралған күні: 11.11.2025).
6. Карпов, А.В. (2021) Цифровая журналистика: технологии, форматы, тенденции. Санкт-Петербург: Питер
7. Pavlik, J.V. (2019) *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
8. Guo, W.W., Chen, Z., Shi, C. M., Sun, G. and Wang, H. (2025) Can data journalism be sniffed? Exploring the possibilities of olfactory interfaces for the presentation of data journalism information. *Entertainment Computing*, Vol. 55, 100996. [Онлайн] Қолжетімді: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S187595212500076X> (қаралған күні: 11.11.2025).
9. Opdahl, A.L., Tessem, B., Nguyen, D.-T. D., Setty, V., Throndsen, E., Tverberg, A. and Trattner, C. (2023) Trustworthy journalism through AI. *Data & Knowledge Engineering*, Vol. 146, 102182. [Онлайн] Қолжетімді: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0169023X23000423> (қаралған күні: 11.11.2025).
10. Zhang, C. and Lu, Y. (2021) Study on artificial intelligence: The state of the art and future prospects. *Journal of Industrial Information Integration*, Vol. 23, 100224. [Онлайн] Қолжетімді: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162523008478> (қаралған күні: 11.11.2025).
11. Aravamudhan, A., Ramos, D.M., Nada, A.A. and Kumbar, S.G. (2014) Natural Polymers: Polysaccharides and Their Derivatives for Biomedical Applications. In: *Natural and Synthetic Biomedical Polymers*, pp. 67-89. [Онлайн] Қолжетімді: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004727272500043X> (қаралған күні: 11.11.2025).

М.Б. Шиндалиева¹, А.П. Жанысбаева^{*2}, С.К. Тулебаева³

¹Университет Туран, Алматы, Қазақстан

^{*2}Южно-Казахстанский университет имени М. Ауэзова, Шымкент, Қазақстан

³Тараский университет имени М.Х. Дулати, Тараз, Қазақстан

Тенденции и особенности развития цифровой трансформации в медиа Казахстана

Аннотация. XXI век – эпоха информационного общества и технологической модернизации. На этом этапе концепция цифровой трансформации стала основной движущей силой как социально-коммуникативных систем, не ограничиваясь только экономической или технической сферой. В том числе журналистика является одной из самых глубоко интегрированных под влиянием цифровых технологий. Сегодня процессы производства, распространения и приема информации кардинально изменились, а традиционные формы журналистики заменились новыми медиаформатами. В этом смысле научный анализ влияния цифровой трансформации на журналистику является актуальной проблемой, имеющей большое теоретическое и практическое значение. Исследование показывает, что цифровая трансформация коренным образом меняет траекторию развития журналистики. Информационная скорость, интерактивность и мультимедийные способы повествования стали главными показателями профессиональной компетентности современного журналиста. В то же время этическая ответственность, фактчекинг и поддержание доверительных отношений с аудиторией остаются главной миссией журналистики в эпоху цифровых технологий. В статье раскрывается сущность концепции цифро-

вой трансформации, анализируются ее проявления в современной журналистике, механизмы влияния и особенности развития в национальном медиапространстве.

Ключевые слова: цифровая трансформация, новые медиа, мультимедийная журналистика, журналистика данных, подкастинг, искусственный интеллект.

M.B. Shindaliev¹, A.P. Zhanysbayeva^{*2}, S.K. Tulebayeva³

¹*Turan University, Almaty, Kazakhstan*

^{*2}*M. Auezov South Kazakhstan University, Shymkent, Kazakhstan*

³*M.Kh. Dulaty Taraz University, Taraz, Kazakhstan*

Trends and features of digital transformation development in the media of Kazakhstan

Abstract. XXI century-the era of Information Society and technological modernization. At this stage, the concept of digital transformation was not limited to economic or technical areas, but became the main driving force for socio-communicative systems as well. In particular, journalism is one of the areas that is most deeply influenced by digital technologies. Today, the processes of production, distribution, and perception of information have radically changed, and traditional forms of journalism have been replaced by new media formats. From this point of view, the scientific analysis of the impact of digital transformation on journalism is an urgent problem of high theoretical and practical importance. As a result of the study, it has been proven that digital transformation radically changes the trajectory of the development of journalism. Information speed, interactivity, and Multimedia narrative approaches have become the main indicators of the professional competence of a modern journalist. At the same time, ethical responsibility, fact-checking, and maintaining a trusting relationship with the audience remain the main mission of journalism in the digital age. The article reveals the essence of the concept of digital transformation, analyzes its manifestations in modern journalism, mechanisms of influence, and features of development in the national media space.

Keywords: digital transformation, new media, multimedia journalism, data journalism, podcasting, artificial intelligence.

References

1. Bogomolova, N.N. (2024) Zhurnalistsika v tsifrovuyu epokhu: vyzovy i perspektivy [Journalism in the digital era: challenges and prospects]: materials of the international scientific-practical conference. Minsk: BSU. [In Russian]
2. Castells, M. (2016) Vlast' kommunikatsii [Communication power]: a textbook. Translated from English by N. M. Tylevich. Moscow: HSE Publishing House. [In Russian]
3. Bell, D. (1999) Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo: opyt sotsial'nogo prognozirovaniya [The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting]. Moscow: Academia. [Online] Available at: <https://www.bibliofond.ru/kórinis.aspx?id=487796> (Accessed: 11 November 2025). [In Russian]
4. Toffler, A. (2010) Tret'ya volna [The third wave]. Moscow: ACT Publishing. [In Russian]
5. Luttrell, R., Davis, J. and Welch, C. (2025) Source attribution and detection strategies for AI-era journalism. Telecommunications Policy, 103053. [Online] Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308596125001508> (Accessed: 11 November 2025).

6. Karpov, A.V. (2021) Tsifrovaya zhurnalistika: tekhnologii, formaty, tendentsii [Digital journalism: technologies, formats, trends]. Saint Petersburg: Piter. [In Russian]
7. Pavlik, J.V. (2019) Journalism and New Media. New York: Columbia University Press.
8. Guo, W.W., Chen, Z., Shi, C. M., Sun, G. and Wang, H. (2025) Can data journalism be sniffed? Exploring the possibilities of olfactory interfaces for the presentation of data journalism information. Entertainment Computing, Vol. 55, 100996. [Online] Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S187595212500076X> (Accessed: 11 November 2025).
9. Opdahl, A. L., Tessem, B., Nguyen, D.-T. D., Setty, V., Throndsen, E., Tverberg, A. and Trattner, C. (2023) Trustworthy journalism through AI. Data & Knowledge Engineering, Vol. 146, 102182. [Online] Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0169023X23000423> (Accessed: 11 November 2025).
10. Zhang, C. and Lu, Y. (2021) Study on artificial intelligence: The state of the art and future prospects. Journal of Industrial Information Integration, Vol. 23, 100224. [Online] Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162523008478> (Accessed: 11 November 2025).
11. Aravamudhan, A., Ramos, D.M., Nada, A.A. and Kumbar, S.G. (2014) Natural Polymers: Polysaccharides and Their Derivatives for Biomedical Applications. In: Natural and Synthetic Biomedical Polymers, pp. 67–89. [Online] Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004727272500043X> (Accessed: 11 November 2025).

Авторлар туралы мәлімет:

Шындалиева М.Б. – ф.ғ.д., профессор, Тұран университеті, Сәтбаев көшесі, 16-18, 18а, 050013, Алматы, Қазақстан

Жанысбаева А.П. – хат-хабар авторы, PhD, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Тәуке хан даңғылы, 5, 160012, Шымкент, Қазақстан

Түлебаева С.К. – магистр, аға оқытушы, М.Х. Дулати атындағы Тараз университеті, Төле би, 60, 080000, Тараз, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Шындалиева М.Б. – д.ф.н., профессор, университет Туран, ул. Сатпаева, 16-18, 18а, 050013, Алматы, Казахстан

Жанысбаева А.П. – автор для корреспонденции, PhD, Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова, пр. Тауке хана, 5, 160012, Шымкент, Казахстан.

Түлебаева С.К. – магистр, старший преподаватель, Таразский университет им. М.Х. Дулати, Төле би, 60, 080000, Тараз, Казахстан.

Information about authors:

Shindaliyeva M.B. – Doctor of philology, Professor, Turan University, 16-18, 18a Satpayev St., 050013, Almaty, Kazakhstan.

Zhanysbayeva A.P. – correspondence author, PhD, M. Auezov South Kazakhstan University, 5 Tauke Khan Ave., Al-Farabi District, 160012, Shymkent, Kazakhstan.

Tulebayeva S.K. – Master, senior lecturer, M.Kh. Dulaty Taraz University, 60 Tole Bi St., 080000, Taraz, Kazakhstan.