ISSN (Print) 2616-7174
ISSN (Online) 2663-2500

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

ХАБАРШЫСЫ

BULLETIN

of L.N. Gumilyov
Eurasian National University

ВЕСТНИК

Евразийского национального
университета имени Л.Н. Гумилева

ЖУРНАЛИСТИКА сериясы
JOURNALISM Series
Серия ЖУРНАЛИСТИКА

№3 (156)/ 2026

1995 жылдан бастап шығады
Founded in 1995
Издается с 1995 года

Жылына 4 рет шығады
Published 4 times a year
Выходит 4 раза в год

Астана, 2026
Astana, 2026

Бас редакторы: Қайрат Сақ, *филол.ғ.к., профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан*
Бас редактордың орынбасары: *Амангелді Шурентаев, PhD, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан*
Бас редактордың орынбасары: *Татьяна Лебедева, филол.ғ.д., профессор Европа PR институтының атқарушы директоры, Франция, Париж*

Редакция алқасы:

Авшар Закир	PhD, профессор, Хажы Байрам Вели университеті, Анкара, Түркия
Алиев Вугар	PhD, профессор, Баку мемлекеттік университеті, Әзербайжан
Асанов Камашке	филол.ғ.д., профессор, Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды университеті, Қазақстан
Әбішева Вера	филол.ғ.д., профессор, Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды университеті, Қазақстан
Әуесбай Қанат	филол.ғ.к., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан
Әшірбекова Гүлмира	филол.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Байғожина Дана	PhD, қауымд. профессор м.а., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Гавра Дмитрий	ә.ғ.д., профессор, Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Ресей
Есдәулетов Айтмұханбет	филол.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Есенбекова Ұлбосын	филол.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Зор Локман	PhD, қауымдастырылған профессор, Нийде Өмер Халисдемир университеті, Түркия
Кендірбай Гүлнар	PhD, профессор, Колумбия университеті, Нью-Йорк, АҚШ
Қуантаев Нұржан	филол.ғ.к., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Ниязғұлова Айгүл	PhD, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы, Қазақстан
Окай Айдемир	PhD, профессор, Абант Иззет Байсал ат. Болу университеті, Түркия
Омаров Бауыржан	филол.ғ.д., профессор, ҚР Президентінің кеңесшісі, Астана, Қазақстан
Пронин Александр	филол.ғ.д., профессор, Гранада университеті, Испания
Сайлауқызы Алма	PhD, Adjunct Assistant профессоры, MNU, Астана, Қазақстан
Сердәлі Бекжігіт	филол.ғ.к., профессор, Қ.А. Ясауи ат. ХҚТУ, Түркістан, Қазақстан
Тахан Серік	филол.ғ.д., профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Тоқтағазин Мұратбек	филол.ғ.к., проф. м.а., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Тұржан Оңайгүл	филол.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Халилов Әбдіғани	PhD, профессор, Ж.Баласағұн ат. Қырғыз мемлекеттік университеті, Бішкек, Қырғызстан
Шестеркина Людмила	филол.ғ.д., профессор, Оңтүстік-Орал мемлекеттік университеті, Челябі, Ресей
Шиндалиева Меңдігүл	филол.ғ.д., профессор, «Тұран» университеті, Алматы, Қазақстан

Жауапты хатшы: **Рима Шакуова**
Техникалық хатшы: **Гүлзабира Шауенова**
IT-маман: **Нұржан Көшкенов**

Редакцияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қ., Янушкевич к-сі, 6, 304 каб.
Тел.: +7(7172) 709-534, (ішкі: 35 301). Сайт: buljourn.enu.kz. E-mail: vest_ journalism@enu.kz

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. ЖУРНАЛИСТИКА сериясы
Меншіктенуші: «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» Коммерциялық емес акционерлік қоғам
Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігімен тіркелген.
15.02.2021 ж. № KZ07VPY00032398 қайта есепке қою туралы куәлігі.
Мерзімділігі: жылына 4 рет. Тиражы: 17 дана.
Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қ., Қажымұқан к-сі ,13/1,
тел.: +7(7172) 709-500, (ішкі 31-413)

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Editor-in-Chief: Kairat Sak, *Candidate of Philology, Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*
Deputy Editor-in-Chief: *Amangeldy Shurentayev, PhD, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan*
Deputy Editor-in-Chief: Lebedeva Tatiana, *Doctor of Philology, Prof., European PR Institute, Paris, France*

Editorial board:

Avshar Zakir	PhD, Professor, Hadji Bayram Veli University, Ankara, Türkiye
Aliev Vugar	PhD, Professor, Baku State University, Azerbaijan
Asanov Kamashke	Doctor of Philology, Professor, Buketov Karaganda University, Kazakhstan
Abisheva Vera	Doctor of Philology, Professor, Buketov Karaganda University, Kazakhstan
Auesbay Kanat	Candidate of Philology, Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Ashirbekova Gulmira	Candidate of Philology, Assoc. Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Baigozhina Dana	PhD, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Gavra Dmitry	Doctor of Sociological Sciences, Professor, Saint Petersburg State University, Russia
Yesdauletov Aitmukhanbet	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Yessenbekova Ulbossyn	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Zor Lockman	PhD, Associate Professor, Nigde Omer Halisdemir University, Türkiye
Kendirbai Gulnar	PhD, Professor, Columbia University, New York, USA
Kuantayev Nurzhan	Candidate of Philology, Assoc. Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Niyazgulova Aigul	PhD, Professor, International Information Technologies University, Almaty, Kazakhstan
Okay Aydemir	PhD, Professor, Abant Izzet Baysal University, Bolu, Türkiye
Omarov Bauyrzhan	Doctor of Philology, Astana, Kazakhstan
Pronin Alexander	Doctor of Philology, Professor, University of Granada, Spain
Sailaukyzy Alma	PhD, Adjunct Assistant Professor, Maqsut Narikbayev University, Astana, Kazakhstan
Serdali Bekzhigit	Candidate of Philology, Professor, A. Yassawi University, Turkestan, Kazakhstan
Takhan Serik	Doctor of Philology, Professor, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Toktagazin Muratbek	Candidate of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Turzhan Ongaigul	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Khalilov Abdigani	PhD, Professor J. Balasagun Kyrgyz State University, Bishkek, Kyrgyzstan
Shesterkina Ludmila	Doctor of Philology, Prof., South Ural State University, Chelyabinsk, Russia
Shindaliyeva Menlikul	Doctor of Philology, Professor, Turan University, Almaty, Kazakhstan

Executive Secretary: **Rima Shakuova**
Technical Secretary: **Gulzabira Shauyenova**
IT Specialist: **Nurzhan Koshkenov**

Editorial office address: 6, Yanushkevicha str., Astana, Kazakhstan, office 304, 010008.
Tel: +7(7172) 709- 534, (internal: 35 301). Website: buljourn.enu.kz. E-mail: vest_ journalism@enu.kz

Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series
Owner: Non-profit joint-stock company «L.N. Gumilyov Eurasian National University»
Registered by the Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan.
Rediscount certificate
№KZ07VPY00032398 dated 15.02.2021.
Periodicity: 4 times a year. Circulation: 17 copies.
Address of printing house: 13/1, Kazhimukan str., Astana, Kazakhstan 010008; tel.: +7(7172) 709-500 (ext.31413)

© L.N. Gumilyov Eurasian National University

Главный редактор: Кайрат Сак, *к.филол.н., профессор, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан*
Зам. главного редактора: Шурентаев Амангельды, *PhD, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан*
Зам. главного редактора: Лебедева Татьяна, *д.филол.н., проф., Европейский институт PR, Париж, Франция*

Редакционная коллегия:

Авшар Закир	PhD, профессор, Университет Хаджи Байрам Вели, Анкара, Турция
Алиев Вугар	PhD, профессор, Бакинский государственный университет, Баку, Азербайджан
Асанов Камашке	д.филол.н., профессор, Карагандинский университет им. Е.А. Букетова, Казахстан
Абишева Вера	д.филол.н., профессор, Карагандинский университет им. Е.А. Букетова, Казахстан
Ауесбай Канат	к.филол.н., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан
Аширбекова Гулмира	к.филол.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Байгожина Дана	PhD, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Гавра Дмитрий	д.соц.н., профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Россия
Есдаулетов Айтмуханбет	к.филол.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Есенбекова Улбосын	к.филол.н., ассоциированный профессор, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Зор Локман	PhD, ассоциированный профессор, Университет Нийде Омер Халисдемир, Турция
Кендирбай Гульнар	PhD, профессор, Колумбийский университет, Нью-Йорк, США
Куантаев Нуржан	к.филол.н., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Ниязгулова Айгуль	PhD, профессор, Международный университет информационных технологий, Алматы, Казахстан
Окай Айдемир	PhD, профессор, Университет Абант Иззет Байсал, Болу, Турция
Омаров Бауыржан	д.филол.н., профессор, советник Президента РК, Астана, Казахстан
Пронин Александр	д.филол.н., профессор, Университет Гранады, Испания
Сайлаукызы Алма	PhD, Adjunct Assistant профессор, MNU, Астана, Казахстан
Сердали Бекжигит	к.филол.н., профессор, Университет А. Ясави, Туркестан, Казахстан
Тахан Серик	д.филол.н., профессор, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Токтагазин Муратбек	к.филол.н., и.о. профессора, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Туржан Онайгул	к.филол.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Халилов Абдигани	PhD, профессор, Кыргызский гос. университет им. Ж. Баласагуна, Бишкек, Кыргызстан
Шестеркина Людмила	д.филол.н., профессор, Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия
Шиндалиева Менликул	д.филол.н., профессор, Университет «Туран», Алматы, Казахстан

Ответственный секретарь: **Рима Шакуова**
Технический секретарь: **Гульзабира Шауенова**
IT-специалист: **Нуржан Кошкенов**

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. Янушкевича, 6, каб.304
Тел.: +7(7172) 709- 534, (внутренний: 35 301). Сайт: buljourn.enu.kz. E-mail: vest_ journalism@enu.kz

Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия ЖУРНАЛИСТИКА
Собственник: Некоммерческое акционерное общество «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева»
Зарегистрировано Министерством информации и общественного развития Республики Казахстан. Свидетельство о постановке на переучет № KZ07VPY00032398 от 15.02.2021 г.
Периодичность: 4 раза в год. Тираж: 17 экземпляр
Адрес типографии: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. Кажымукана, 13/1, тел.: +7(7172) 709-500 (вн.31413)

© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

МАЗМҰНЫ

ӘЛЕМ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ/МИРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА/WORLD JOURNALISM

A. Y. Aiyanan, A. A. Niyazgulova. Digital Mediation of Cultural Traditions: A Comparative Analysis of Chinese and Kazakhstani Online Media.....
А. Я. Айянань, А. А. Ниязгулова. Мәдени дәстүрлердің цифрлық медиациясы: Қытай және Қазақстан онлайн медиасының салыстырмалы талдауы.....
А. Я. Айянань, А. А. Ниязгулова. Цифровое посредничество в передаче культурных традиций: сравнительный анализ китайских и казахстанских онлайн-медиа..... **7**

МЕДИАБІЛІМ БЕРУ / МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ / MEDIA EDUCATION

E. Yu. Karmalova, A. Yu. Bombin. Adaptation of Educational Programs in Media Communications under AI Transformation.....
Е. Ю. Кармалова, А. Ю. Бомбин. Адаптация образовательных программ в сфере медиакоммуникаций в условиях ИИ-трансформации.....
Е. Ю. Кармалова, А. Ю. Бомбин. Медиакоммуникация саласындағы білім беру бағдарламаларының ЖИ трансформациясы жағдайына бейімделуі..... **28**

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ/ СМИ И ОБЩЕСТВО / MEDIA AND SOCIETY

Е. Жумабеков, Н. Куантаев, С. Тоқтарбек. Қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдарындағы репрезентациясы.....
Е. Жумабеков, Н. Куантаев, С. Токтарбек. Репрезентация казахской традиции празднований в средствах массовой коммуникации.....
E. Zhumabekov, N. Kuantayev, S. Toktarbek. Representation of Kazakh Party Traditions in Mass Media and Digital Media..... **48**

Ұ. М. Есенбекова, Н. Д. Стамбекова, Ы. Д. Егембердиев. Жасанды интеллект жүйелеріндегі қазақ тілі: мәдени контекст және цифрлық даму мәселелері.....
У. М. Есенбекова, Н. Д. Стамбекова, И. Д. Егембердиев. Казахский язык в системах искусственного интеллекта: культурный контекст и проблемы цифрового развития.....
U. M. Yessenbekova, N. D. Stambekova, I. D. Yegemberdiyev. The Kazakh Language in Artificial Intelligence Systems: Cultural Context, and Challenges of Digital Development..... **64**

К. Қабылғазина, А. Қ. Қыдырханова, А.Т. Дуйшекеева. Қазақ медиасындағы ғылыми контенттің фреймделу мәселелері.....
К. Кабылгазина, А. К. Кыдырханова, А.Т. Дуйшекеева. Проблемы фреймирования научного контента в казахстанских медиа.....
K. Kabylgazina, A. K. Kydyrkhanova, A. T. Duishekeeva. Problems of Framing Scientific Content in Kazakhstani Media..... **83**

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

X. Wang, L. Mukhtar, K. Nigmatullina. Algorithmic Management and "Filter Bubbles": A Comparative Analysis of Regulatory Approaches in the European Union, the USA, Kazakhstan, and Russia.....
С. Ван, Л. Мұхтар, К. Нигматуллина. Алгоритмдерді және «сүзгі көпіршігін» басқару: Еуропалық Одақ, АҚШ, Қазақстан және Ресейдегі реттеу тәсілдерінің салыстырмалы талдауы.....
С. Ван, Л. Мухтар, К. Нигматуллина. Управление алгоритмами и «пузырь-фильтрами»: сравнительный анализ подходов к регулированию в Европейском союзе, США, Казахстане и России..... **98**

О. Тұржан, А. Әбілхан, Д. Бекжанова. Меметиканың символдық мәні және цифрлық коммуникациядағы рөлі.....
О. Туржан, А. Абильхан, Д. Бекжанова. Символическое значение меметики и ее роль в цифровой коммуникации.....
O.Turzhan, A. Abilkhan, D. Bekzhanova. The symbolic significance of memetics and its role in digital communication..... **114**

М. Б. Шиндалиева, А. П. Жанысбаева. Қазіргі медиадағы clickbait тақырыптардың аудиторияға әсері.....
М. Б. Шиндалиева, А. П. Жанысбаева. Влияние clickbait заголовков на аудиторию в современных медиа.....
M. B. Shyndaliyeva, A. P. Zhanysbayeva. The Impact of Clickbait Headlines on the Audience in Modern Media..... **127**

С. Ы. Иса, М. Б. Тоқтағазин. Цифрлық медиадағы подкастинг: ғаламдық контекст және отандық үдерістер.....
С. Ы. Иса, М. Б. Токтагазин. Подкастинг в цифровых медиа: глобальный контекст и отечественные тенденции.....
S. Y. Issa, M. B. Toktagazin. Podcasting in Digital Media: Global Context and Trends in Kazakhstan..... **139**

А. К. Умбетова, Г. А. Шауенова, С. А. Алимбекова. Қазақстандағы иммерсивті журналистиканың мүмкіндіктері мен даму болашағы.....
А. К. Умбетова, Г. А. Шауенова, С. А. Алимбекова. Возможности и перспективы развития иммерсивнной журналистики в Казахстане.....
A. K. Umbetova, G. A. Shauyenova, S. K. Alimbekova. Opportunities and Prospects for the Development of Immersive Journalism in Kazakhstan..... **156**

Н. Ж. Кошкенов, И. У. Салиев, Б. Тогтарбай. Синтетикалық медиа форензикасының даму бағыттары (Қазақстан мысалында).....
N. Zh. Koshkenov, I. U. Saliyev, B. Togtarbay. Synthetic Media Forensics and Directions for Development (The Case of Kazakhstan).....
Н. Ж. Кошкенов, И. У. Салиев, Б. Тогтарбай. Форензика синтетических медиа и направления развития (на примере Казахстана)..... **168**

ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ / ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ / HISTORY OF JOURNALISM

Ұ. Сәйдірахман, К. А. Аубакирова. «Милли адабият» журналы: II дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ эмиграциялық баспасөзінің әдеби-публицистикалық арнасы.....
U. Saidirakhman, K. A. Aubakirova. The Journal Milli Adabijat (Adabiat): A Literary and Publicistic Platform of the Kazakh Émigré Press during the Second World War.....
У. Сайдирахман, К. А. Аубакирова. Журнал «Милли адабият»: литературно-публицистический канал казахской эмиграционной печати в годы второй мировой войны..... **182**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ӘЛЕМ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ/
МИРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА/WORLD JOURNALISM

IRSTI (19.45.11)

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-7-27

Digital Mediation of Cultural Traditions: A Comparative Analysis of Chinese and Kazakhstani Online Media

A. Y. Aiyanan[1] , A. A. Niyazgulova*[2]

[1] Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan
*[*2] International Information Technology University, Almaty, Kazakhstan*

*(E-mail: u21091100188@cityu.mo[1], nijasgulova@gmail.com[*2])*

Abstract: This paper examines how cultural traditions are presented and how they evolve under the influence of digital technology, with a focus on mainstream online media in China and Kazakhstan. The content challenges the view that cultural traditions are static cultural entities, emphasizing their fluidity and transmission across different media, as well as their constant reinterpretation in the process. The text data is drawn from representative media reports in China and Kazakhstan from 2022 to 2025. The research employs qualitative analysis, including discourse analysis and framing analysis, to identify recurring patterns in the reports. Through comparative analysis, the study examines in detail how digital practices, including virtual exhibitions, digital preservation projects, and the development of online cultural products, are integrated into broader narrative frameworks.

The results indicate that approaches to cultural traditions are no longer confined to the realm of preservation, with significant differences in emphasis across different media environments. Chinese media often link cultural traditions to historical narratives, embedding them in new visual forms and interactive expressions while utilizing digital technologies for exhibition or entertainment purposes. In contrast, Kazakhstani media place greater emphasis on the visibility of cultural traditions and the efficiency of platform-based dissemination, focusing on the organization and dissemination of cultural heritage materials rather than profound cultural innovation.

Therefore, digital technology is not the sole driver of cultural transformation; it is influenced by multiple factors. The preservation and reshaping of cultural traditions require consideration of various factors and the employment of diversified strategies. Through a multi-perspective analysis, digital media facilitates an understanding of platform-mediated cultural exchange and offers a

Received: 26.04. 2026; Accepted: 19.08. 2026; Available online: 30.09.2026

***author for correspondence**

more nuanced perspective on the evolution of cultural traditions in contemporary media environments. The contribution of this article lies in its adoption of a cross-cultural comparative perspective, which elucidates the diverse pathways through which cultural traditions are presented and transformed in the digital media environment. The findings also provide media practitioners and cultural institutions with an objective reference for formulating digital strategies for cultural expression and dissemination, and offer new evidential support for analyzing the construction of cultural meaning in platform-based contexts.

Keywords: digital media, cultural traditions, media discourse, cultural transformation, China and Kazakhstan

Introduction

The emergence of digital media has reshaped existing patterns of cultural interaction. Digital experiences are increasingly reshaping how cultural heritage is disseminated, influencing both public engagement and interpretive processes (Yi et al., 2025). In the past, many activities that were carried out face-to-face are now mostly completed online through platforms, interfaces, and various digital communication methods. This shift implies that media are no longer merely tools for information transmission, but are actively involved in shaping the ways cultural relations within the public sphere are perceived and discussed (Papacharissi, 2014).

In recent years, media coverage of cultural exchange between China and Kazakhstan has increased. In specific regional contexts, such as the growing interaction between the two countries, these broader changes can be clearly observed. In addition to the steady development of economic cooperation, cultural activities, educational exchanges, and forms of everyday contact have also continued to expand and diversify. These interactions frequently appear in online media, and digital environments increasingly influence communication practices and public perception in Kazakhstan and beyond. It can therefore be seen that the way such interactions are presented is not neutral, but involves certain assumptions about the nature of culture and how it should be interpreted.

However, it is interesting that even when dealing with the same phenomena, different perspectives can produce quite different representations. In Chinese media, cultural exchange is often placed within a broader narrative framework. This framework connects present developments with historical ties and previous cooperation between different regions. Within this logic, cultural practices are rarely discussed in isolation, but exist as part of a larger narrative. In contrast, Kazakhstani media tend to emphasize how culture is displayed, circulated, and made visible, especially in international contexts. These differences are not only stylistic, but also reflect different ways of organizing cultural meaning. This situation raises a broader question: what role does digital media play in shaping cultural traditions? A review of existing studies indicates that scholars have often focused on geopolitical relations or the diffusion of technology, while less attention has been given to how cultural traditions are presented and transformed in digital environments, especially in comparative contexts such as China and Kazakhstan.

This paper places digital technology within the broader media environment, where cultural meaning is produced. Unlike studies that treat digital technology as an independent object, this study focuses on how cultural traditions are described, reorganized, and in some cases subtly

redefined in media discourse. By examining selected reports together, it becomes possible to identify patterns that are not easily visible in isolated cases. Therefore, the following discussion is based on specific media examples, while also considering how these examples can be understood in more general terms. What matters is not only what is reported, but also how different types of media influence culture in the process of communication.

Literature review

The emergence of digital media platforms has transformed the ways in which cultural heritage is preserved, presented and disseminated. Early cross-cultural communication research mainly focused on stable cultural structures and interpersonal interaction patterns, but later gradually shifted to a logical turn towards "media logic". Initially, the academic community focused on stable cultural traits and the shaping of communication. As can be seen from Hall's (1976) distinction between high-context and low-context cultures in "Beyond Culture," the theory emphasizes that the effectiveness of communication depends on how meaning is embedded in a specific context. In "The Consequences of Culture" Hofstede (2001), elaborated on how cultural differences affect communication through dimensions such as power distance and individualism. These studies have laid a theoretical foundation for understanding communication behavior and provided a strong argument for the article. “Communication is essentially shaped by a relatively stable cultural system”.

With the development of digital technology, communication has gradually shifted from face-to-face interaction to interaction through digital platforms as the medium. The focus has also shifted towards the functional support that digital tools provide for cross-cultural adaptation. Pang (2020) found that active use of digital platforms helps cross-cultural adaptation, especially through perceived social support. Zhang and Zhou (2023) conducted a meta-analysis of technology-assisted intervention measures and pointed out that digital tools can enhance cross-cultural effectiveness, but the specific effects vary depending on the type of technology and the research design. The differences in technologies and communication methods among different countries will further lead to variations in the effects. The digital environment has created new conditions for cross-cultural communication. The protection and dissemination of traditional culture vary greatly. Such technology has also broken through the limitations of the traditional face-to-face mode. The research then underwent a deeper transformation, with platforms no longer being merely neutral channels of communication, but rather power entities possessing subjective initiative. Some studies have shifted their focus from users to the platforms themselves, finding that platforms are not neutral channels; rather, they play a dominant role by subjectively organizing visibility and constructing communication processes. This can be seen in the way data, algorithms, and interface design are collectively shaped in the way cultural content is disseminated and accessed, as pointed out by van Dijck et al. (2018) in Platform Society. Gillespie's (2014) research also emphasizes that algorithmic mechanisms determine which content is presented and which is hidden in the digital environment. Bucher (2012) and Beer (2017) also pointed out that algorithms have structural mechanisms of social power, which can implicitly organize the visibility of information and influence how cultural content is presented. Algorithms exercise power through the control of visibility (the politics of visibility). These studies indicate that cultural dissemination is increasingly constrained by platform logic and technological infrastructure. In recent years, some scholars have also studied how the digital environment reshapes cultural representations. In “The Mediatization

of Reality", Couldry and Hepp (2017) point out that media is deeply embedded in social life and continuously participates in the process of meaning construction. Based on the same perspective, Couldry and Mejias (2019) further revealed how data-driven systems reconstruct socio-cultural processes. Cultural heritage is no longer merely preserved passively; instead, it undergoes reorganization through various media systems, which profoundly influence the ways of its interpretation and experience. This shift also provides a theoretical foundation for understanding intercultural communication from a "platform" perspective. However, these studies mostly remain at the theoretical level and lack empirical analysis based on specific media practices.

Research on digital cultural heritage has, in recent years, yielded more substantive insights into the transformative power of digital technology. Nappi et al. (2024) primarily focused on reconstructing knowledge systems using adaptive and easily accessible narrative models for digital systems, enabling cultural content to be rearranged for different audiences. Pesce and Franzè (2025) analyzed the "physical-digital fusion" interaction pattern, revealing how digital platforms connect physical cultural heritage with digital infrastructure. Build an integrated system that can create value for the institution and users. Recent developments this year saw Kusnick et al. (2026) further explore visual narrative-based expression in the field of digital humanities, pointing out that cultural narratives are increasingly being presented in a structured way through data visualization and interface design. These studies indicate that digital cultural heritage is not only about preservation, but also involves the reconstruction of cultural narratives and knowledge structures, as well as innovations focused on technological aspects and presentation formats, focuses on narrative models, interface design, and human-computer interaction mechanisms, but pays insufficient attention to the communication logic of digital platforms in cross-cultural contexts, especially lacking empirical analysis on how platforms specifically intervene in the process of cultural representation in media practices in different countries. Most studies focus on a single culture or institution as their research subject, and rarely adopt a cross-cultural comparative perspective.

Other studies focus on how technological applications have driven this transformation process. Dang et al. (2023) elaborated on the operational mechanisms of digital technologies in data acquisition, visualization, and practical applications. Research by Li et al. (2025) indicates that AI-based visualization technology can not only intuitively display the form of cultural relics in the field of cultural heritage, but also help to analyze the relationship between heritage elements. Zhao and Kim (2024) focused on the application of virtual reality technology in the field of intangible cultural heritage. These studies fully demonstrate the increasingly important role of digital technology in shaping the way cultural heritage is presented, interpreted, and disseminated. Another important research direction is the participation mechanism in the digital cultural environment. Zhang et al. (2024) constructed a framework for evaluating digital participation practices, demonstrating that various platforms can effectively promote youth participation in cultural heritage management. Wang and Wang (2025), through analyzing social media phenomena, found that digital platforms construct new cultural imagination spaces through live streaming functions and user-generated content. The research also indicates that because cultural elements are often simplified into visual forms that are easy to disseminate, the level of participation is often limited. Although this simplification process enhances the efficiency of dissemination, it reduces the complexity of the cultural connotations.

In addition to the general trends observed in these studies, there are also some that are

exploring the media representations between the two countries. Slamgazhy et al. (2024) analyzed Kazakhstani media coverage of China in the context of the Belt and Road Initiative, noting that media reports emphasized cooperation and geopolitical alignment. Dall'Agnola (2023) further explores how Chinese digital products, such as smartphones, can serve as image-building tools in Central Asia. Relevant studies in the Kazakh academic community have also provided supplementary explanations to this issue from a local perspective. These studies provide important insights into the geopolitical and communication dimensions of the relations between China and Kazakhstan, but they mainly focus on political and economic narratives rather than cultural representations in digital media.

Existing research suggests that while digital media broadens communication channels and enhances visibility, it also reshapes cultural connotations through platform architecture, technological systems, and participatory practices. But the aforementioned studies still have limitations. On the one hand, they mostly focus on analyses within a single cultural context or at the technical level; on the other hand, they rely heavily on theoretical deductions and lack empirical evidence based on specific media practices. In particular, there are still shortcomings in how media in different countries use digital technology to construct representations of cultural traditions. To address these shortcomings, this paper, through a comparative study of digital media cases in China and Kazakhstan, explores how digital infrastructure and algorithmic logic, from a platform perspective, reconstruct the presentation and meaning production process of cultural heritage in specific dissemination practices, and further analyzes the dual role of platform mechanisms in restricting and empowering cultural representation.

Methodology

This paper employs qualitative research methods to explore in depth the representation and transformation of traditional culture within the discourse system of digital media. Unlike quantitative research, which focuses on the frequency of data occurrence, this analysis centers on the internal mechanisms through which cultural content constructs and conveys meaning as it is disseminated via digital platforms.

The data in this paper are drawn from online media reports published in China and Kazakhstan between 2022 and 2025. Based on the core research objectives, online media content was selected from the following media organizations: Xinhua, China Daily, as well as Kazinform and the Astana Times (Kazakhstan). These media outlets not only enjoy widespread public recognition but have also long been committed to reporting on cultural and digital issues, thereby providing representative material. Keywords such as "digital heritage," "cultural exchange," and "digital culture" were employed to precisely identify typical cases where digital practices and cultural traditions intersect. The data were drawn from reports published by Chinese and Kazakhstani online media between 2022 and 2025. The study employed a purposive sampling strategy to identify representative cases of the digital mediatization of cultural traditions. Media sources were selected based on their social influence and their sustained coverage of cultural and digital issues over time, including Xinhua News Agency, China Daily, People's Daily Online, Kazinform, and The Astana Times. Using keywords such as "digital heritage," "cultural exchange," and "digital culture," the study identified approximately 40 relevant reports. Rather than pursuing statistical representativeness, this study adopted a theoretically informed purposive sampling strategy to select information-rich and representative cases. Eight reports were ultimately selected because they represented diverse forms of digital cultural practice,

provided sufficient textual depth for discourse analysis, and enabled meaningful cross-cultural comparison between Chinese and Kazakhstani media contexts (see Table 2). Among them, four cases were drawn from Chinese media and four from Kazakhstani media to ensure balance in the cross-cultural comparison.

Within the scope of the research, eight reports were selected and analyzed as key cases, providing necessary support for the research while helping to identify recurring patterns in the data. The analysis process consisted of three stages. First, all selected texts were read repeatedly to identify recurring themes and narrative structures. Second, an open coding approach was adopted to categorize key concepts related to cultural representation, digital technology, and media narratives. The coding units included key narrative themes, technological descriptions, and discursive representations of cultural traditions appearing within each media report. Finally, these codes were synthesized into five analytical dimensions: cultural representation, digital technology, narrative frameworks, platform logic, and cultural transformation (see Table 1). The coding process was conducted manually and iteratively to ensure the consistency of the analysis and the reliability of the interpretations. When analyzing the reports, the cases were read in conjunction with one another to grasp their inherent connections comprehensively.

The article primarily conducts an in-depth analysis across three key dimensions: first, the thematic focus of the reports, aiming to reveal the core areas of media attention regarding cultural traditions in a digital context; second, the framing strategies used to position cultural content, exploring how media present cultural traditions through specific narrative frameworks; and third, digital technology, analyzing the role it plays in the dissemination and transformation of cultural traditions. Drawing on framing theory (Entman, 1993) and critical discourse analysis (van Dijk, 1998) as theoretical foundations, the study delves into how media texts prioritize specific interpretive approaches in the digital environment and construct unique cultural meanings.

The study follows a comparative analytical approach, shifting between individual case studies and broader patterns. Through this dynamic comparative analysis, similarities and differences between the two media environments can be accurately identified. This targeted sampling strategy enables a detailed and in-depth interpretation, while also providing scope for future research. Considering the limited number of research cases, the findings of this study should be understood as indicative evidence of trends in digital cultural transformation. Subsequent studies may extend the scope of analysis to other media environments, particularly the social media sphere, to yield more comprehensive and in-depth research findings.

In order to explore these issues more systematically, this study proposes the following research questions:

RQ1: How are cultural traditions represented in Chinese and Kazakhstani digital media?

RQ2: How do digital technologies influence the presentation and transformation of cultural traditions?

RQ3: What differences can be observed in the framing of cultural traditions in media reports between the two contexts?

Table 1.

Analytical Dimension	Research Question	Indicators
Cultural Representation	How is tradition represented?	heritage, identity, memory
Digital Technology	How is technology described?	AI, VR, platform
Narrative Framing	What narrative logic is used?	modernization, preservation
Platform Logic	How do platforms shape communication?	participation, dissemination
Cultural Transformation	How is cultural change interpreted?	reconstruction, adaptation

Table 2. Sample of media reports analyzed

N	Country	Source	Title	Year
1	China	China Daily	Technological innovation brings China's cultural heritage to life	2025
2	China	China Daily	Innovations help China become an international cultural powerhouse	2025
3	China	Xinhua	Headless Buddha in China's hit video game renews debate on art repatriation	2024
4	China	People's Daily Online	Digital innovation reshapes heritage frontier for Chinese museums	2025
5	Kazakhstan	Kazinform	Week in brief: 10 key developments shaping Kazakhstan this week	2024
6	Kazakhstan	The Astana Times	Kazakhstan digitizes cultural heritage through new e-museum platform	2025
7	Kazakhstan	Kazinform	Kazakh national museum relics on display at Google Arts & Culture exhibition	2024
8	Kazakhstan	The Astana Times	Kazakh creator introduces nomad yurt to Lego fans	2024

Results and discussion

Chinese Media Coverage

In mainstream Chinese online media, cultural traditions are not typically presented as isolated objects, but rather placed within a broader framework of historical continuity, cultural revival, and national communication. Major media outlets, including Xinhua, China Daily, and People's Daily Online consciously interpret digital technology as an important medium connecting traditional civilization, contemporary innovation, and global dissemination. This

indicates that in Chinese media discourse, the findings suggest that digitalization is represented not only as a technological process of technological upgrading, but also a mediating mechanism for reorganizing cultural meaning, expanding cultural visibility, and serving the national cultural narrative. This observation supports the interpretation that the idea in van Dijck et al. (2018) “Public values in a connective world” that the process by which platforms shape content visibility through structured mechanisms. Platforms shape content visibility through underlying structuring and digitization, and thereby reconstruct public value. This also echoes Slamgazhy et al. (2024)'s observation in the Chinese media context of the "Journal of Eastern European and Central Asian

Research" that the "Belt and Road Initiative" is used as a narrative tool, with the media emphasizing transnational infrastructure construction and regional prosperity, thereby constructing a discourse system that serves bilateral strategies, as well as geopolitical cooperation and mutual trust. This mechanism appears to influence not only what cultural content is presented, but also how cultural issues are framed and interpreted within media discourse.

In fact, digital technology has been integrated into this narrative in many ways. Some reports describe it as a tool for expanding access to cultural resources, while others portray it as having a more positive role. A close reading of the report “Digital innovation reshapes heritage frontier for Chinese museums” (People’s Daily Online, 2025) indicates that 3D modeling, high-resolution imaging, and immersive displays are described as enabling the "magnification and reconstruction" of the details of cultural relics. This statement emphasizes how technology enhances the quality of presentations and, more importantly, changes the way we experience culture at the narrative level. This shift aligns with Nappi et al.'s (2024) statement in "Heritage Science" that "cultural content is shifting from static information to dynamic, adaptable forms of expression, a view consistent with the case study approach. Viewers are no longer just spectators, but rather enter into an interactive relationship through interface operations. In other words, cultural heritage is redefined in media discourse as an operable and explorable digital object, and its meaning is gradually generated in the process of interaction between users and the platform.

Virtual museum environments are gradually moving away from being positioned as neutral exhibition spaces in reports and are being presented as systems with structured narrative functions. The report uses keywords such as "interactive," "immersive," and "accessible" to describe digital technologies. This choice of language presents technology as a positive and irreplaceable force for progress, thereby reinforcing the legitimacy of digital transformation at the discourse level. Its meaning is no longer predetermined, but is gradually generated through the combined effects of user operation paths, interface structure, and visual feedback. This transforms the process of cultural understanding into a cognitive activity organized by a platform mechanism. Related reports, when introducing virtual exhibitions, emphasized the use of spatial paths, interface layouts, and interactive logic to guide users in understanding cultural content. This shows that the reports suggest that cultural meaning is presented as being partially organized through platform structures, but is pre-organized within the platform structure. In Chen et al. (2025), Crafting museum narratives via spatial layout in creating customized virtual museums, it is also pointed out that the spatial design in virtual museums itself constitutes part of the narrative. Ariya et al. (2025)'s research, "Generative AI for heritage engagement in VR museums," further suggests that AI-powered interactive systems can influence users'

understanding of cultural content. From the perspective of media expression, these technologies are integrated into an interpretive mechanism, gradually transforming cultural heritage from an object to be viewed into a knowledge system that is guided for understanding.

Media coverage of Black Myth: Wukong provides a more representative case: Headless Buddha in China's hit video game renews debate on art repatriation (Xinhua, 2024). The report mentioned that the image of the "headless Buddha" in the game sparked "unexpectedly renewed discussion on art repatriation". The word "unexpectedly" in this statement carries significant discursive meaning. It describes the emergence of cultural issues as a "spontaneous" result, thereby weakening the media's dominant role in the narrative while reinforcing the naturalness and legitimacy of public participation. Through this choice of language, the media appears to transform cultural traditions from national-level issues into topics for public discussion, making them more accessible and engaging for diverse audiences. This has sparked discussions about the return of cultural relics. This "biased" statement itself has significant analytical implications, because the media's focus is not on the game technology itself, but on how digital cultural products trigger real-world cultural issues. The report also cited user comments on YouTube and WeChat, such as "our cultural relics will come home," amplifying individual emotions and incorporating them into the public discourse. Cheney-Lippold (2011) points out in A New Algorithmic Identity that algorithms can also construct 'algorithmic identities' by analyzing user behavior data, thereby modulating the relationship between individuals and cultural content at a deeper level.

This approach shifts cultural issues from professional discussion to public participation, constructing a multi-layered narrative structure. Using game graphics as a starting point, historical issues as background, and platform interaction as an amplification mechanism. In this process, cultural traditions are not merely objects to be reproduced, but also dynamic processes that are continuously activated and reinterpreted in digital communication. From the perspective of platform logic, this phenomenon is not accidental (van Dijck et al., 2018). Media reports also mentioned that players actively searched for relevant background information through platforms such as YouTube and WeChat. This process aligns with Gillespie's (2014) article, Media technologies: Essays on communication, materiality, and society, which argues that Algorithms are not just technical tools; they are the new gatekeepers that provide a 'calculated objectivity,' selecting what is most relevant and thereby shaping the public's sense of what is important or true. This also reflects how the media may utilize platform mechanisms to reshape patterns of cultural communication. This means that the path of cultural dissemination has changed, and the findings suggest that cultural significance is increasingly represented through interactions across multiple platforms. The platform not only carries content, but also influences users' focus through recommendation mechanisms, comment systems, and dissemination paths, thereby participating in the construction of cultural issues.

Digital reporting on archaeological sites places greater emphasis on the role of technology in knowledge reconstruction. China Daily (2025b) reported that technological innovation brings China's cultural heritage to life. The report on Sanxingdui, the Western Xia Mausoleum and Jiaohe Site pointed out that artificial intelligence and 3D modeling are not only used for the restoration of cultural relics, but also for analyzing the structure of cultural relics and building digital models. Archaeologists scan fragments of artifacts and use artificial intelligence to "analyze fragments and identify matching patterns," thereby achieving digital reconstruction and restoration of the artifacts. The description concretizes the technical process into operational actions such

as "analyze" and "identify," making cultural relic restoration no longer just a physical assembly, but a knowledge production process based on data analysis. This description suggests that the report represents cultural heritage not merely as a physical entity, but also as a computable and analyzable knowledge system. This aligns with the viewpoint of Dang et al. (2023) in "Digital twin applications on cultural world heritage sites in China," which discusses applied research in the protection of China's World Cultural Heritage, stating that "through precise mapping between the physical world and digital space, the dynamic reconstruction of heritage meaning is achieved. In addition, the research on AI-based experts' knowledge visualization of cultural heritage by Li et al. (2025) suggests that AI is not merely a tool; it appears to transform fragmented cultural information into a logically clear and interactive knowledge system through the structured processing of complex data. Through discourse analysis of the words "analyze" and "identify" in the text, this discourse tends to represent a deep cognitive shift, where the media, while justifying technological progress, also reshapes the public's understanding of the nature of heritage. Cultural heritage appears to be represented as shifting from a static and isolated entity toward an interactive knowledge-sharing system, a dynamic knowledge-sharing interface that can evolve more continuously through the influence and computation of digital technologies.

Meanwhile, the application of augmented reality (AR) technology at the Jiaohe site has been described as enabling an "immersive experience" that makes visitors feel as if they are in a historical scene (Xinhua, 2024). Pesce and Franzè (2025) proposed that "digital technology should not merely be an 'appendage' or 'backup' of physical entities, but should be deeply integrated with the physical environment." The expression of the phygital model helps construct a completely new, hybrid experiential space that not only emphasizes visual presentation but also implies a shift in cultural understanding. Audiences participate in the cultural cognition process through interactive interfaces, shifting the cultural experience from information acquisition to participatory understanding. In other words, cultural meaning is generated through the interaction between physical heritage and digital interfaces. This also reflects the research of Kusnick et al. (2026) on visual narrative, which states that visualization has evolved from a static presentation of data into a structured narrative path that appears to transform information into user perception through visual guidance. The design constructs a creatively guided exploration, giving users the freedom to operate while accurately capturing cultural significance within a given narrative framework. It can be observed that in the digital age, the findings suggest that algorithmic logic is increasingly emphasized alongside traditional forms of human interpretation, and the technical framework has included narrative functional modules.

From a macro perspective, the media also links digital cultural phenomena with social development. According to a Xinhua (2024) report on museums, the number of visitors to museums nationwide reached 60.49 million during the May Day holiday. Within the media's interpretive framework, these figures transcend objective statistical significance, emphasizing their narrative function of expressing cultural participation and leapfrog improvement. As Wang and Wang (2025) pointed out in Constructing ideal wanghong villages on social media, platform-driven content production models are transforming cultural identity into a communicable and consumable symbolic form. This expression appears to transform cultural consumption behavior into an indicator of cultural identity, making digital visits not only an entertainment activity but also imbued with social significance.

The China Daily (2025a) case study, "Innovations help China become an international

cultural powerhouse," further suggests this through its coverage of projects such as "Digital Dunhuang." Chinese media discourse has transcended the simple logic of digital archiving, positioning digital technology as an important tool connecting cultural preservation and global communication. The report states that digital cultural products are increasingly "born global," emphasizing the potential for cultural heritage to spread on global platforms. In this process, virtual reality and digital museum systems not only preserve cultural content, but also reorganize it into a communicable and interpretable narrative structure. In the article Digital safeguarding of intangible cultural heritage, it is stated that "VR is not just a digital copy, it significantly enhances the cognitive effect of traditional cultural symbols by changing the way users engage" (Zhao & Kim, 2024). Meanwhile, Chen et al. (2025) further elaborated on the mechanism of this narrative reorganization in their study of VirtuNarrator: Virtual museums are not neutral display spaces, but rather spatial layouts as narratives. Organize fragmented heritage information into a knowledge stream with specific interpretive tendencies. This reveals that the circulation of cultural heritage globally is, in fact, a reorganization and reproduction of narrative structures in digital space. Driven by both algorithms and interfaces, it becomes a dynamic resource and value co-creation that can circulate globally.

It is clear from the above analysis that Chinese media do not regard digital technology as a neutral tool, but rather embed it within the overall framework of "cultural dissemination, national narrative, and global communication." In their book (The Mediated Construction of Reality), Couldry and Hepp (2017) proposed the concept of "deep mediation," which states that media are not only channels for disseminating information, but also elements that construct the underlying structure of the social world. Digital technology not only serves a dissemination function, but also acts as a structural intermediary mechanism, continuously intervening in the generation of cultural meaning through platform logic, interface design, and content distribution rules. In the continuous process of re-encoding and re-mediation, the meaning of cultural traditions is constantly reconstructed through platform logic and narrative methods. Cultural heritage appears to be represented in media discourse as moving from static objects of preservation toward reproducible, disseminable, and interactive digital resources, whose meaning is constantly being generated and reinterpreted in different media structures. This result indicates that, in Chinese media discourse, the digitization of cultural traditions is not only a technological process, but also a continuous process of recoding and remediation. This also provides a basis for comparison for the subsequent analysis of the media in Kazakhstan, which tends to focus on the "visibility and communication efficiency" model.

Kazakh Media Coverage

In Kazakhstani media discourse, digitalization is first defined as a state-level mechanism of resource integration. It is not treated as a primary driver of cultural meaning reproduction. A report by The Astana Times (2025), titled "Kazakhstan Launches Unified E-Museum Platform to Digitize Cultural Heritage," provides a typical example. The report uses the expression consolidates museum collections nationwide into a single digital platform. The words "consolidates" and "single platform" form a clear structure of centralization discourse. This choice of language indicates that digital technology is understood, in media narratives, as an institutional tool of integration. The main goal is to build a unified national system of cultural resources. It is not focused on reinterpreting or reconstructing cultural content.

At the level of discourse, the report repeatedly uses terms such as "heritage" and "preservation."

Terms like “innovation” or “transformation” appear much less often. This is not neutral. It positions digital technology as a tool serving cultural protection and resource management. It is not framed as a driving force for the reproduction of cultural meaning. In other words, digitalization is constructed as a way to “organize culture,” not to “reconstruct culture.”

From a theoretical perspective, this pattern can be explained through the concept of “infrastructures of visibility” proposed by van Dijck et al. (2018). In the media text, keywords such as “open access across regions” and “nationwide integration” do not point to the production of cultural meaning. They emphasize how platforms organize structure. They shape how culture is presented and how far it can be seen. The digital platform here is not only a technical carrier. It functions as an institutional structure. Through organization and ordering, it shapes cultural visibility.

The electronic museum primarily reflects the internal integration logic at the national level, but its reporting on international platforms emphasizes the outward extension of "visibility." In Kazinform (2024a) report on “Kazakhstan’s National Museum Joins Google Arts & Culture Platform, the article emphasizes that it "makes Kazakh heritage accessible to a global audience.” Here, "accessible" becomes the core keyword, emphasizing the state of being "visible" and "widely disseminated" rather than delving into the cultural content itself. Unlike the expressions such as "interpretation" and "reconstruction" commonly found in Chinese media discourse analysis, this type of media reporting focuses more on how culture is incorporated into the global platform structure. Artifacts from the National Museum of Kazakhstan have been included in the Common Heritage of the Silk Road" virtual exhibition, which emphasizes that the platform "cooperates with more than 2,000 cultural institutions in 80 countries." In this expression, "cooperates" and "global institutions" constitute a typical network embedding discourse, placing national cultural resources within a global platform structure. This expression reflects a typical "visibility-first logic." In José van Dijck's (2018) "The platform society," the platform logic is highly consistent, stating that platform logic has reshaped the criteria for evaluating the value of content, shifting it from 'intrinsic meaning' to 'network location. The value of cultural content is no longer determined solely by its intrinsic meaning, but rather by its visibility within the platform network and its connections. Cultural value does not depend on the depth of its meaning, but rather on its accessibility and reach within platform networks. This also illustrates that, in the context of Kazakh media, digitalization primarily changes the "position" of culture, rather than its "meaning."

This echoes the view of Connectivity as a structural force in Couldry and Mejias' (2019) The Costs of Connection. "By embedding themselves in global platforms, Kazakhstan's cultural heritage has gained the possibility of transnational flow, but this visibility is predicated on conforming to the structured logic of the platforms." The "visibility" of cultural heritage is achieved by transforming it into a data format that the platform can recognize and process. This means that the "right of interpretation" and "circulation logic" of Kazakh cultural relics are, to some extent, inseparable from the platform's underlying algorithm. Cultural heritage has thus transformed from a "static national asset" into a dynamic digital resource that is constantly being repositioned.

In more participatory digital cultural practices, this platform logic emphasizes the flow and diffusion of traffic. The Astana Times (2024) provides a prime example of this with its coverage of the “Nomad Yurt Lego model”. The report states that the project aims to "introduce a global audience to the essence of nomadic life" and defines the yurt as a symbol of mobility, simplicity,

and harmony with nature. The juxtaposition of "global audience" and "symbol" here carries significant discursive meaning. "Global audience" presupposes that the cultural target audience is content intended for dissemination on international platforms; "Symbol" summarizes cultural practices with specific historical context and social functions into a visual unit, which has a highly recognizable and displayable function. It can be observed that the media appears to transform it into symbolic forms suitable for dissemination on its platforms, and then elaborates on the internal logic of nomadic culture. The emphasis on textual elements such as "Altybakan" and "traditional carpets" in the report also reflects the same platform-based approach. These contents are highlighted because they are easier to view, recognize, and remember, rather than focusing on whether these elements carry a more complete cultural context. Therefore, these elements play a role in the reporting that is more like visual markers. Cultural content is broken down into countless symbolic units with display value, and through the arrangement and integration of digital media, it forms a visual expression that is more suitable for widespread circulation across platforms. It can be seen that this narrative strategy places more emphasis on whether culture can quickly enter the public eye in a concise and intuitive form, and rarely emphasizes the unfolding of cultural significance.

This narrative structure can be understood in conjunction with the research by Zhang et al. (2024) Assess the degree to which digital engagement practices attract young people in cultural heritage management. It mentions that "digital participation mechanisms can transform cultural heritage into a more interactive and perceptible cultural resource by lowering the barriers to participation." In this case, the media actively enhanced its "participation" and "communication" in its narrative. In particular, the report mentioned that "the project needs to obtain 10,000 public votes before it can enter the production process," a requirement that makes the legitimacy of cultural dissemination inseparable from the quantitative participation of platform users. The smooth continuation of cultural content depends partly on the judgment of cultural institutions or experts, but to a greater extent on the attention, clicks, and support gained on the platform. Based on the above, it can be seen that the process of cultural dissemination has shifted from being dominated by relatively stable institutions to relying more on platform interaction and public feedback.

The report also cited Esquire Kazakhstan's claim that the potential audience exceeded "500 million people." This figure serves as direct evidence of the project's communicative value. In other words, the significance of cultural projects is partly translated into questions of the quantity and breadth of dissemination in the reporting. Cultural value appears to be increasingly represented as being measured by visibility, reach, and scale of dissemination, rather than by the depth of cultural context or the breadth of meaning interpretation. The figures presented in this case represent a cultural restructuring approach that is more in line with the platform's dissemination rules. By refining symbols, enhancing visual clarity, and increasing the scale of dissemination, the media organizes ethnic cultural content into a form of content that can be circulated on the platform. While this symbolic expression can improve communication efficiency, it may also lead to a simplification of cultural meaning. Studies in different cultural contexts have shown that "Social media platforms may simultaneously promote cultural visibility while contributing to the simplification and commodification of cultural practices" (Nwagbara, 2025). From this perspective, Kazakh media, in their coverage of digital culture, tend to frame cultural practices as content resources that are disseminated, pervasive, and participatory. And relatively less involved in the deep reconstruction of cultural meaning. This

aligns with the core findings of this paper: in the Kazakhstani media context, the involvement of digital technology primarily enhances the visibility and circulation of culture, rather than focusing on the narrative re-creation of cultural traditions.

This platform-centric approach to cultural presentation can be corroborated by broader media coverage. In Kazinform (2024b) report, "Week in brief: 10 key developments shaping Kazakhstan this week," cultural digitization and international platform cooperation were incorporated into national development agendas. The report presents the relevant projects as an important part of national-level development. This narrative logic can be understood as a typical framework construction process, described in Entman's (1993) Toward Clarification of a Fractured Paradigm as "through the selection and highlighting of specific information, the media guides the audience to understand digital practices from the perspective of 'national effectiveness' rather than 'cultural connotation'." This platform-centric presentation approach is validated in LEGO models, film and television examples, and macro-level policy reports.

These reports exhibit a clear tendency toward "de-semanticization": from a discourse structure perspective, they focus more on a macro-level overview of the "development process" and offer less explanation of cultural texts. Within this framework, cultural digitization is placed within the macro-narrative of national progress and international interconnectedness, thereby giving cultural heritage the attribute of a "manageable resource". This discourse strategy is reflected in the Kazakhstani media context, where digital culture is not seen as an isolated technological experiment, but rather as a systemic issue incorporated into the logic of national development through connective terms such as "included" and "cooperates." The significance of culture is consciously downplayed, and its legitimacy is gained through its "occupation" in policy systems and platform networks. This finding supports the core argument of this paper: in the digital context, the path to realizing cultural value is shifting from "meaning reconstruction" to a platform-based existence dominated by "visibility" and "connectivity".

Comparative Analysis

The comparative analysis of China and Kazakhstan in the context of digital media reveals that the ways in which cultural traditions are handled reflect two different inherent cultural logics. This difference manifests in the different content choices, as well as how media use digital technology to organize cultural meaning and communication structures. In A multidisciplinary approach, Teun A. van Dijk (1998) points out that media discourse constructs reality by selectively emphasizing different elements, which is reflected in the media practices of both countries.

In the Chinese media context of the above cases, the macro narrative system systematically integrates cultural traditions in specific cases. The core of what it represents is not the cultural content itself, but rather how to reconstruct the relationship between culture and history through digital media. In Chinese media discourse, digitalization is seen as a mediating mechanism for reorganizing cultural meaning and serving the national cultural narrative. Striphas (2015) proposed the concept of "algorithmic culture": "The process of cultural production and dissemination is increasingly embedded in algorithmic systems." Algorithms participate in content distribution and have a deeper impact on cultural content, participating in organizational methods and meaning construction. This can be seen from the analysis of cases such as "Black Myth: Wukong" and the digital legacy project mentioned earlier. The media reorganizes cases of technology application; then it becomes a cultural issue with a real-world

focus, achieving a leap from instrumental description to meaning construction. Cultural content can be continuously reinterpreted and reorganized in the process of dissemination. This process can be understood as the concept of "deep mediation" proposed by Nick Couldry and Andreas Hepp (2017) in their article "The mediated construction of reality". "Media infrastructure not only carries out the function of communication, but also participates in the generation of social meaning." In this context, digital technology appears not only as a tool of presentation, but also as a structural condition influencing the production of cultural meaning.

Compared to Kazakh media, relevant practices exhibit different orientations. The case of digital museums and the Google Arts & Culture platform suggests how cultural resources are organized and integrated into a content system that is easily accessible and widely disseminated. Media narratives also focus on platform scale, online collaboration, and access scope, rarely extending to the process of reconstructing cultural meaning. José van Dijck (2018) proposed that platforms, as "visibility infrastructures," influence cultural presentation by organizing the flow of information, rather than directly participating in meaning production. This is also evident in Kazakhstan's media narrative, where digital technology is primarily seen as an infrastructure. Its main function is to enhance the flow and international visibility of culture through the platform structure. This difference is further amplified in cases such as "Nomad Yurt Lego," where cultural elements are transformed into visual symbols and embedded in the platform's dissemination mechanism. The effectiveness of dissemination lies in the breadth of participation and the depth of diffusion, with a focus on building a scale effect triggered by multiple points. This process can be viewed as a deep mediation practice described by Couldry and Hepp (2017) in The Mediated Construction of Reality. The article proposes that "platform infrastructure is no longer merely a carrier, but rather a means of dissemination through its unique mechanisms." Kazakhstan's cultural content is re-encoded to suit different audiences in cross-platform dissemination, which is precisely due to this unique dissemination mechanism. Reconstructing cultural heritage into visual symbols that align with platform logic enhances its efficient embedding and broad visibility within the global digital landscape.

The two paths taken by China and Kazakhstan correspond to different media operation logics. Chinese media tend to participate in the production and reconstruction of cultural meaning through digital processes. Kazakh media focuses on organizing cultural resources through platform mechanisms to expand their reach. There are differences between the two countries in their modes of expression, as well as in the cultural construction of digital media in different contexts. Therefore, it can be seen that cultural significance does not possess any a priori nature independent of media channels, but is repeatedly negotiated within specific media infrastructure and discursive practices. Through visual translation and narrative simplification, the media may contribute to the reinterpretation of complex cultural traditions into more easily disseminated digital symbols and use platform mechanisms to solidify them into a universal understanding for a global audience.

Conclusion

This article compares digital media in China and Kazakhstan This article compares digital media in China and Kazakhstan to explore the presentation and transformation paths of cultural traditions in a platform-based communication environment. Unlike previous studies that viewed digital technology as a neutral tool, this paper starts from media discourse and platform structure, focusing on the organizational mechanisms of cultural significance in the

process of dissemination. Research suggests that digital technology may exhibit differentiated development paths in different media contexts, rather than following a unified model of cultural representation. Overall, the findings suggest that cultural traditions in digital media are represented and reorganized within specific communication structures, rather than being limited to static forms of preservation. Different media outlets employ different framing strategies and technological approaches when processing cultural content, and these differences are closely related to their respective media systems, institutional backgrounds, and communication goals under platform mechanisms. The findings indicate that digital technology may indirectly shape the presentation of culture through platform mechanisms and discourse practices. This finding, when understood within the context of platformization research and mediation theory, aligns with the perspective pointed out in the literature review that "platforms not only influence the distribution path of information, but also participate in the process of meaning generation." Therefore, the findings suggest that the representation and mediation of cultural traditions in digital environments may be influenced by both technological structures and communication logic, constituting an ongoing process of re-mediation. In this process, cultural meanings appear to be re-narrated and reclassified; however, their specific forms still depend on how media organizations negotiate between "expression" and "organization." From a research perspective, this paper supplements existing research on digital cultural heritage by addressing its cross-cultural comparative perspective. Compared to studies that focus on technological applications or a single cultural context, this study suggests the existence of differentiated operational modes of platform mechanisms in media practices across different countries through comparative analysis. The significance of this research lies in its contribution to understanding the diverse representations and communicative constructions of cultural traditions in the global digital environment, and in providing an empirical basis for further analysis of cultural transmission and asymmetry in the context of platformization.

It is important to note that this analysis is primarily based on cross-cultural output influenced by mainstream media and digital technologies, and does not yet cover more fluid communication environments such as social media and user-generated content. Future research could build upon this foundation to explore how cultural meaning is continuously negotiated and reconstructed through user interaction within a more open platform structure, thereby gaining a more comprehensive understanding of the dynamic process of cultural dissemination in the digital age.

The contribution of the authors:

Aiyanan A. Y. – Conceptualization, data collection, formal analysis, original draft.

Niyazgulova A. A. – Supervision, writing – review and editing, correspondence.

Финансирование (Funding)

This research received no external funding.

Конфликт интересов (Conflicts of Interest)

The authors declare no conflict of interest.

References

Abuova, N. (2024) ‘Kazakh creator introduces nomad yurt to Lego fans’, The Astana Times,

24 September. Available at: https://astanatimes.com/2024/09/kazakh-creator-introduces-nomad-yurt-to-lego-fans/ (Accessed: 15 October 2026).

Ariya, P., Khanchai, S., Intawong, K. and Puritat, K. (2025) 'Enhancing textile heritage engagement through generative AI-based virtual assistants in virtual reality museums', Computers & Education: X Reality, 7, 100112. doi: https://doi.org/10.1016/j.cexr.2025.100112

Beer, D. (2017) 'The social power of algorithms', Information, Communication & Society, 20(1), pp. 1–13. doi: https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147

Bucher, T. (2012) 'Want to be on top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook', New Media & Society, 14, pp. 1164–1180. doi: https://doi.org/10.1177/1461444812440159

Chen, Y., Tang, T., Chen, X., Li, Y., Liu, Q. and Wang, X. (2025) 'VirtuNarrator: Crafting museum narratives via spatial layout in creating customized virtual museums', Visual Informatics, 9(3), 100257. doi: https://doi.org/10.1016/j.visinf.2025.100257

Cheney-Lippold, J. (2011) 'A new algorithmic identity: Soft biopolitics and the modulation of control', Theory, Culture & Society, 28, pp. 164–181. doi: https://doi.org/10.1177/0263276411424420

China Daily (2025a) 'Innovations help China become an intl cultural powerhouse', China Daily, 28 May. Available at: https://www.chinadaily.com.cn/a/202505/28/WS68367b00a310a04af22c1fa2.html (Accessed: 15 October 2026).

China Daily (2025b) 'Technological innovation brings China's cultural heritage alive', China Daily, 20 December. Available at: https://www.chinadaily.com.cn/a/202512/20/WS6945f40fa310d6866eb2f9ca.html (Accessed: 15 October 2026).

Couldry, N. and Hepp, A. (2017) The mediated construction of reality. Cambridge: Polity Press.

Couldry, N. and Mejias, U.A. (2019) The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford, CA: Stanford University Press. doi: https://doi.org/10.1515/9781503609754

Dall'Agnola, J. (2023) 'Chinese smartphones: China's image boosting tools in Central Asia', ASIAC—Studies on Central Asia and the Caucasus, 1, pp. 141–160. doi: https://doi.org/10.36253/asiac-2415

Dang, X., Liu, W., Hong, Q., Wang, Y. and Chen, X. (2023) 'Digital twin applications on cultural world heritage sites in China: A state-of-the-art overview', Journal of Cultural Heritage, 64, pp. 228–243. doi: https://doi.org/10.1016/j.culher.2023.10.005

Entman, R.M. (1993) 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm', Journal of Communication, 43(4), pp. 51–58. doi: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Gillespie, T. (2014) 'The relevance of algorithms', in Gillespie, T., Boczkowski, P.J. and Foot, K.A. (eds.) Media technologies: Essays on communication, materiality, and society. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 167–194. doi: https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009

Hall, E.T. (1976) Beyond culture. New York: Anchor Press/Doubleday.

Hofstede, G. (2001) Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. 2nd edn. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Kazinform (2024a) 'Kazakh national museum relics on display at Google Arts & Culture exhibition', Kazinform, 15 November. Available at: https://en.inform.kz/news/kazakh-national-museum-relics-on-display-at-google-arts-culture-exhibition-17a993/ (Accessed: 15 October 2026).

Kazinform (2024b) 'Week in brief: 10 key developments shaping Kazakhstan this week', Kazinform, 16 November. Available at: https://en.inform.kz/news/week-in-brief-10-key-

developments-shaping-kazakhstan-this-week-5f0fa5/ (Accessed: 15 October 2026).

Kusnick, J., Sindlev Andersen, N., Liem, J., Mayr, E., Beck, S., Koch, S., Doppler, C., Seirafi, K., Jänicke, S. and Windhager, F. (2026) 'A survey on visualization-based storytelling in digital humanities and cultural heritage', Visual Informatics, 100312. doi: https://doi.org/10.1016/j.visinf.2026.100312

Li, S., Jiang, Y., Jing, B., Yang, L. and Zhang, Y. (2025) 'AI-based experts' knowledge visualization of cultural heritage: A case study of Terracotta Warriors', Journal of Cultural Heritage, 72, pp. 81–90. doi: https://doi.org/10.1016/j.culher.2025.01.006

Nappi, M.L., Buono, M., Chivăran, C. and Giusto, R.M. (2024) 'Models and tools for the digital organisation of knowledge: Accessible and adaptive narratives for cultural heritage', Heritage Science, 12, article 112. doi: https://doi.org/10.1186/s40494-024-01219-z

Nwagbara, U.U. (2025) 'Social media pressures on cultural authenticity in traditional Igbo wedding', Discover Global Society, 3, article 17. doi: https://doi.org/10.1007/s44282-025-00158-9

Pang, H. (2020) 'Is active social media involvement associated with cross-cultural adaptation and academic integration among boundary-crossing students?', International Journal of Intercultural Relations, 79, pp. 71–81. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2020.08.005

Papacharissi, Z. (2014) Affective publics: Sentiment, technology, and politics. New York: Oxford University Press. doi: https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001

People's Daily Online (2025) 'Digital innovation reshapes heritage frontier for Chinese museums', People's Daily Online, 19 May. Available at: http://en.people.cn/n3/2025/0519/c90000-20316287.html (Accessed: 15 October 2026).

Pesce, D. and Franzè, C. (2025) 'When digital platforms meet tradition: Phygital innovation in cultural heritage', Journal of Engineering and Technology Management, 77, 101896. doi: https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2025.101896

Slamgazhy, A., Liu, R., Zhappassov, Z. and Tassilova, A. (2024) 'Kazakhstan's media coverage of China: How the Belt and Road Initiative strengthens geopolitical ties', Journal of Eastern European and Central Asian Research, 11(2), pp. 362–376. doi: https://doi.org/10.15549/jeecar.v11i2.1529

Striphas, T. (2015) 'Algorithmic culture', European Journal of Cultural Studies, 18, pp. 395–412. doi: https://doi.org/10.1177/1367549415577392

The Astana Times (2025) 'Kazakhstan digitizes cultural heritage through new e-museum platform', The Astana Times, 28 December. Available at: https://astanatimes.com/2025/12/kazakhstan-digitizes-cultural-heritage-through-new-e-museum-platform/ (Accessed: 15 October 2026).

van Dijck, J., Poell, T. and de Waal, M. (2018) The platform society: Public values in a connective world. New York: Oxford University Press. doi: https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001

van Dijk, T.A. (1998) Ideology: A multidisciplinary approach. London: Sage Publications.

Wang, Y. and Wang, H. (2025) 'Constructing ideal wanghong villages on social media: The rural aesthetics, e-commerce livestreaming, and digital representations of Chinese rurality', Journal of Rural Studies, 119, 103782. doi: https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2025.103782

Xinhua (2024) 'Headless Buddha in China's hit video game renews debate on art repatriation', Xinhua, 2 September. Available at: https://english.news.cn/20240902/3daea8e860e14c1fb52e3cb7cb69cb77/c.html (Accessed: 15 October 2026).

Yi, C., Huang, J. and Song, L. (2025) 'Enhancing intangible cultural heritage dissemination

through digital experience: An Affective Events Theory approach', Heritage Science, 13, article 438. doi: https://doi.org/10.1038/s40494-025-02017-x

Zhang, X. and Zhou, M. (2023) 'Information and digital technology-assisted interventions to improve intercultural competence: A meta-analytical review', Computers & Education, 194, 104697. doi: https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104697

Zhang, Y., Kaya, D.I. and van Wesemael, P. (2024) 'An assessment framework for digital participatory practices engaging youth in cultural heritage management', Journal of Cultural Heritage, 70, pp. 408–421. doi: https://doi.org/10.1016/j.culher.2024.10.014

Zhao, L. and Kim, J. (2024) 'The impact of traditional Chinese paper-cutting in digital protection for intangible cultural heritage under virtual reality technology', Heliyon, 10(18), e38073. doi: https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38073

А.Я. Айянань[1], А.А. Ниязгулова*[2]

[1]Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан
[2]Международный университет информационных технологий, Алматы, Казахстан

Цифровое посредничество в передаче культурных традиций: сравнительный анализ китайских и казахстанских онлайн-медиа

Аннотация: В данной статье рассматривается, как культурные традиции представлены и как они эволюционируют под влиянием цифровых технологий, с акцентом на основные онлайн-СМИ в Китае и Казахстане. Автор оспаривает представление о том, что культурные традиции являются статичными культурными явлениями, подчеркивая их изменчивость и передачу через различные медиа, а также их постоянное переосмысление в ходе этого процесса. Текстовые данные взяты из репрезентативных материалов СМИ Китая и Казахстана за период с 2022 по 2025 год. В исследовании используется качественный анализ, включая дискурс-анализ и анализ фреймирования, для выявления повторяющихся паттернов в публикациях. Посредством сравнительного анализа в работе подробно изучается, как цифровые практики, включая виртуальные выставки, проекты по цифровой консервации и разработки онлайн-культурных продуктов, интегрируются в более широкие нарративные рамки.

Результаты показывают, что подходы к культурным традициям больше не ограничиваются сферой сохранения, при этом в разных медиасредах наблюдаются значительные различия в акцентах. Китайские СМИ часто связывают культурные традиции с историческими нарративами, воплощая их в новых визуальных формах и интерактивных выражениях, одновременно используя цифровые технологии в выставочных или развлекательных целях. Напротив, казахстанские СМИ уделяют больше внимания видимости культурных традиций и эффективности их распространения через платформы, сосредоточиваясь на организации и распространении материалов о культурном наследии, а не на глубоких культурных инновациях.

Таким образом, цифровые технологии не являются единственной движущей силой культурных преобразований; на них влияют многочисленные факторы. Сохранение и преобразование культурных традиций требуют учета различных факторов и применения разнообразных стратегий. Благодаря многостороннему анализу цифровые ме-

диа способствуют пониманию культурного обмена, опосредованного платформами, и предлагают более тонкий взгляд на эволюцию культурных традиций в современной медиасреде. Вклад данной статьи заключается в использовании межкультурной сравнительной перспективы, которая проливает свет на разнообразные пути, по которым культурные традиции представлены и трансформируются в среде цифровых медиа. Полученные результаты также предоставляют специалистам в области медиа и культурным учреждениям объективную основу для формулирования цифровых стратегий культурного самовыражения и распространения, а также предлагают новые доказательства для анализа конструирования культурного смысла в контексте платформ.

Ключевые слова: цифровые медиа, культурные традиции, медийный дискурс, культурная трансформация, Китай и Казахстан.

А. Я. Айянань[1], А. А. Ниязгулова*[2]

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

[2]Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы, Қазақстан

Мәдени дәстүрлердің цифрлық медиациясы: Қытай және Қазақстан онлайн медиасының салыстырмалы талдауы

Аңдатпа: Бұл мақала мәдени дәстүрлердің қалай ұсынылып, цифрлық технологиялардың ықпалымен қалай дамитынын Қытай мен Қазақстандағы негізгі онлайн БАҚ-қа назар аудара отырып зерттейді. Мақала мәдени дәстүрлердің статикалық мәдени нысандар екендігі туралы көзқарасты сынай отырып, олардың әртүрлі медиа арқылы ағымдылығы мен таралуын, сондай-ақ үнемі қайта түсіндірілетінін ерекше көрсетеді. Мәтіндік деректер 2022–2025 жылдар аралығындағы Қытай мен Қазақстандағы өңірлік БАҚ-тың көрсеткіш есептерінен алынды. Зерттеуде есептердегі қайталанатын үлгілерді анықтау үшін дискурс талдауы мен шеңберлеу талдауын қамтитын сапалық талдау қолданылды. Салыстырмалы талдау арқылы зерттеу виртуалды көрмелер, цифрлық сақтау жобалары және онлайн мәдени өнімдерді дамыту сияқты цифрлық тәжірибелердің кең ауқымды әңгімелеу шеңберлеріне қалай біріктірілетінін егжей-тегжейлі қарастырады.

Нәтижелер көрсеткендей, мәдени дәстүрлерге деген тәсілдер енді тек сақтау аясымен шектелмейді, әртүрлі медиа орталарында басымдықтарға айтарлықтай айырмашылықтар бар. Қытай БАҚ мәдени дәстүрлерді тарихи баяндаулармен жиі байланыстырып, оларды жаңа визуалды формалар мен интерактивті өрнектерге енгізіп, көрме немесе ойын-сауық мақсатында цифрлық технологияларды пайдаланады. Ал қазақстандық БАҚ мәдени дәстүрлердің көрінімділігі мен платформалық таралым тиімділігіне баса назар аударып, терең мәдени жаңашылдықтан гөрі мәдени мұра материалдарын ұйымдастыру мен таратуға басымдық береді.

Сондықтан цифрлық технология мәдени трансформацияның жалғыз қозғаушы күші емес; оған бірнеше факторлар әсер етеді. Мәдени дәстүрлерді сақтау және қайта қалыптастыру әртүрлі факторларды ескеруді және әртүрлі стратегияларды қолдануды талап етеді. Көпперспективті талдау арқылы цифрлық медиа платформалар арқылы жүзеге асатын мәдени алмасуды түсінуге мүмкіндік береді және қазіргі медиа ортада мәдени дәстүрлердің дамуына қатысты анағұрлым нәзік көзқарас ұсынады. Мақаланың үлесі – мәдени дәстүрлердің сандық медиа ортасында қалай ұсынылып, өзгеретінін анықтайтын мәдениеттер аралық салыстырмалы көзқарасты қабылдауында. Зерттеу нәтиже-

лері медиа мамандары мен мәдени мекемелерге мәдени өрнек пен таратудың сандық стратегияларын әзірлеуге объективті сілтеме болып табылады және платформалық контексте мәдени мағынаны құруды талдауға жаңа дәлелдер ұсынады.

Түйін сөздер: сандық медиа, мәдени дәстүрлер, медиа дискурс, мәдени трансформация, Қытай және Қазақстан.

Information about the authors:

Aiyanan A. Ya. – doctoral student in Media and Communications, Al-Farabi Kazakh National University, 71 Al-Farabi Avenue, 050040, Almaty, Kazakhstan.

Niyazgulova A. A. – corresponding author, PhD in Journalism, Professor, Head of the Department of Media Communications and History of Kazakhstan, International Information Technology University, 34/1 Manas Street, 050040, Almaty, Kazakhstan.

Авторлар туралы мәлімет:

Айянань А. Я. – «Медиа және коммуникациялар» білім беру бағдарламасының докторанты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Әл-Фараби даңғылы 71, 050040, Алматы, Қазақстан.

Ниязгүлова А. А. – хат-хабарға жауапты автор, журналистика саласындағы PhD, профессор, Медиакоммуникациялар және Қазақстан тарихы кафедрасының меңгерушісі, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Манас көшесі 34/1, 050040, Алматы, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Айянань А. Я. – докторант образовательной программы «Медиа и коммуникации», Казахский национальный университет имени аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050040, Алматы, Казахстан.

Ниязгулова А. А. – автор-корреспондент, PhD в области журналистики, профессор, заведующая кафедрой медиакоммуникаций и истории Казахстана, Международный университет информационных технологий, ул. Манаса, 34/1, 050040, Алматы, Казахстан.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

МЕДИАБІЛІМ БЕРУ / МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ / MEDIA EDUCATION

SRSTI 14.35.07, 28.23.25, 19.21.07 https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-28-47
Research Article

Adaptation of Educational Programs in Media Communications under AI Transformation

E.Yu. Karmalova , A.Yu. Bombin*[2, 3]

[1] *Saint Petersburg Electrotechnical University, Saint Petersburg, Russian Federation*
[2] *The State Russian Museum, Saint Petersburg, Russian Federation*
[3] *HSE University, Saint Petersburg, Russian Federation*

(E-mail: [1]elen.ka05@mail.ru, [2, 3]bombin.cite@mail.ru)

Abstract. The digital transformation of the communications industry is accompanied by the rapid adoption of artificial intelligence technologies, which is reshaping the scope and content of professional activities in advertising, public relations, marketing, and branding. The relevance of this study stems from the growing gap between the pace of AI adoption in professional practice and the rate at which educational programs are adapting to these changes. The aim of the study is to identify the directions of transformation of professional competencies among communication specialists and to develop approaches to integrating AI into educational programs. The methodological framework comprises scenario analysis, the systematization of AI tools according to the stages of the communication process, an analysis of academic publications and educational practices, as well as a comparative analysis of professional requirements. A three-dimensional theoretical and conceptual model of professional competence has been developed, integrating technological, analytical-strategic, and creative-ethical competencies. The study demonstrates that the resilience of professional training depends on a specialist's ability to interact effectively with AI and critically evaluate its outputs. An educational framework is proposed to ensure the systematic development of AI literacy, applied, analytical, strategic, and ethical competencies. The practical significance of the study lies in the potential application of the proposed model to the design and updating of educational programs in the field of communications.

Keywords: artificial intelligence, AI competencies, digital communication, educational programmes, marketing communications, professional competencies, human-AI symbiosis.

Received: 6.09. 2026; Accepted: 27.08. 2026; Available online: 30.09.2026

***author for correspondence**

Introduction

In recent years, artificial intelligence has moved from the category of emerging digital technologies to become a major driver of structural transformation in professional activity. These changes are particularly evident in the communication industry, where a substantial share of professional workflows involves processing large volumes of information, generating textual and visual content, audience segmentation, consumer behaviour forecasting, media planning, and evaluating the effectiveness of communication campaigns.

For specialists in advertising, public relations, marketing, and branding, this transformation involves not only changes in the range of tools they use but also a shift in the very logic of professional practice: the digital environment is reshaping professional self-presentation, identity formation, and interaction with audiences. AI can automate individual operations, generate alternative communication solutions, identify patterns in data, and perform part of the analytical work. At the same time, the quality of the final communication decision continues to depend on the specialist's ability to interpret results, consider context, assess risks, and make strategic decisions.

The problem is that the adoption of AI in the professional environment is progressing faster than the transformation of educational programmes. A study based on an analysis of 270 publications from 2020–2024 shows that Russian academic and pedagogical literature is already actively addressing the use of generative AI in higher education; however, research often focuses on specific disciplines, individual educational practices, or particular use cases of the technology.

Thus, a contradiction arises between the need for systematic development of AI competencies and the predominantly fragmented approach to their formation. Mastering individual AI services does not, in itself, prepare specialists to work in an environment where AI is becoming a permanent participant in professional processes.

A particularly important question is which competencies can retain their value as specific technologies evolve. Text and image generation services, analytical platforms, and machine learning models are developing rapidly. Consequently, structuring an educational programme around a specific technological stack may result in learning outcomes becoming obsolete relatively quickly.

Accordingly, the research question is formulated as follows: What model of professional competencies should be developed within educational programmes for communication specialists to ensure effective professional performance under conditions of large-scale AI adoption?

The research hypothesis is that the effectiveness of training communication specialists in the context of AI-driven transformation depends not on the number of digital tools they have mastered, but on their ability to integrate technological, analytical, creative, and ethical competencies into a unified human–AI interaction process.

The object of the study is the professional training of communication specialists under conditions of digital transformation.

The subject of the study comprises professional competencies and educational mechanisms for developing them through the integration of artificial intelligence technologies.

The aim of the study is to identify the key directions for transforming the professional competencies of communication specialists and to develop a conceptual approach to adapting educational programmes in response to advances in artificial intelligence technologies.

To achieve this aim, the following objectives were set:

1. to identify the main changes in the professional activities of communication specialists driven by AI;
2. to systematize the approaches of Russian and international researchers to the development of AI competencies;
3. to identify competencies that remain relevant under different technological development scenarios;
4. to determine the key areas for integrating AI into educational programmes;
5. to develop a professional competency model for the training of communication specialists.

The scientific novelty of the study lies in the theoretical and methodological substantiation of a shift from instrumental digital literacy towards an integrated model of professional competence, in which AI is viewed not as an independent object of learning, but as an integral element of professional process-based interaction.

The practical significance of the study lies in the potential application of its findings to the design and continuous updating of educational programmes in advertising, public relations, marketing, branding, and digital communication.

Literature review

The contemporary scholarly debate on the use of AI in education is developing along several interrelated lines of inquiry, including the potential of generative AI, the structure of AI competencies, changes in the roles of teachers and learners, ethical and legal risks, and the impact of AI on the content of professional training.

A systematic review by S. Wang and co-authors (Wang et al., 2024), covering research on artificial intelligence in education, demonstrates the multidimensional nature of the current scholarly debate. AI is considered simultaneously as a tool for supporting learning, a means of personalization and data-driven analysis, and a factor transforming educational practices and the roles of participants in the educational process.

One of the most comprehensive Russian studies is the work by E. A. Koshkina and co-authors (Koshkina et al., 2025), which provides an analytical review of 270 Russian publications on generative AI in higher education. The authors demonstrate that the Russian research landscape is increasingly focused on personalized learning, assessment of learning outcomes, educational content design, and the organizational conditions required for the implementation of generative models. At the same time, there remains a need for a systematic approach to ensuring safe and pedagogically grounded interaction with AI.

The empirical dimension of students' use of generative AI is examined in the study by Ya. I. Kuzminov, E. V. Kruchinskaya, I. A. Gruzdev, and A. A. Naumov (Kuzminov et al., 2025), which explores differences in the patterns and intensity of students' use of generative models for educational purposes. The findings indicate that students' use of AI is a heterogeneous practice shaped by the nature of the learning task and the learners' level of preparedness to work with the technology.

A significant contribution to the development of the competency-based approach has been made by P. V. Sysoev (Sysoev, 2025a). The author conceptualizes AI competence among educators as a multidimensional construct encompassing motivational and goal-oriented, regulatory and legal, information security, and ethical components, as well as prompt engineering, output verification, and continuous professional development. The empirical component of the study is based on a survey of 219 faculty members from 17 Russian universities.

This approach is particularly relevant to the present study, as it demonstrates the limitations of viewing AI competence as merely a set of technical skills. In an educational context, competence also entails the ability to evaluate AI-generated outputs, comply with regulatory requirements, understand associated risks, and manage interaction with AI technologies.

A similar conclusion is reached by O. V. Samarina and A. S. Shevchenko (Samarina & Shevchenko, 2025), whose study focuses on the development of AI competencies within students' professional training. The authors emphasize the combination of theoretical knowledge and practical skills and highlight the importance of introducing AI into the educational process at an early stage. The study draws on materials from 2022-2024 and survey data collected among students at Yugra State University.

Thus, the Russian literature is gradually shifting from the question of whether AI should be used in education to the more complex issue of how to develop the capacity for effective professional interaction with AI.

Of particular interest is research that directly connects AI with marketing communications. In a study by M. E. Menzhevitsky (Menzhevitsky, 2025), an AI-Driven Competency Model (ADCM) was proposed and empirically tested to support the development of sustainable digital competencies in marketing communications. The author emphasizes the need to train specialists who are capable not only of applying AI tools but also of critically evaluating their outputs.

This perspective is particularly important for the present study: professional competence should be defined not by the ability to obtain an output from a neural network, but by the ability to formulate a task, evaluate the result, identify its limitations, and make an informed decision on whether and how it should be used.

The study by A. A. Izmaylova, A. V. Soldatova, and A. G. Budrin (Izmaylova et al., 2025) examines the application of AI in digital marketing. The authors systematize practical use cases of AI-based technologies while emphasizing the need for qualified human oversight of AI-generated results.

Taken together, the reviewed studies reveal three major trends. First, AI competence is becoming increasingly multidimensional, encompassing technological, cognitive, ethical, and organizational components. Second, the focus is shifting from the individual use of digital tools towards collaborative human-AI workflows. Third, educational systems are increasingly required to develop not merely proficiency in specific platforms, but the capacity for continuous learning and adaptation to rapidly evolving technologies.

At the same time, insufficient attention has been paid to identifying which specific competencies of communication specialists can be regarded as resilient across different trajectories of technological development. This research gap provides the basis for the present study.

Methods

The study is analytical and conceptual in nature and adopts an interdisciplinary approach that integrates findings from research on higher education, artificial intelligence, digital communication, and marketing communication. The methodological framework combines thematic analysis of academic publications, comparative analysis of professional requirements, scenario analysis of technological development, and conceptual modelling of professional competencies.

The source base comprises academic publications from 2023–2026 addressing the application of artificial intelligence in higher education, the development of AI competencies, the use of AI in marketing and digital communication, and transformations in the professional activities of communication specialists. In addition, UNESCO and OECD documents, as well as industry reports, were examined to capture current trends in AI development and evolving requirements for professional training. Sources were selected according to three criteria: thematic relevance to the research objectives, scholarly or institutional verifiability, and substantive applicability to the identification of competencies and educational practices.

The research procedure consisted of four consecutive stages.

First stage – analysis of the transformation of professional activities. At this stage, the main types of professional activities performed by communication specialists were identified in which the use of AI is already having, or has the potential to have, a substantial impact. The analysis covered audience and market analytics, media planning, textual and visual content generation, communication personalization, performance evaluation, branding, and the automation of routine tasks. These processes were considered as successive elements of the professional communication cycle: analytics – planning – implementation – performance evaluation.

Second stage – scenario analysis. To assess the resilience of professional competencies, three qualitative AI development scenarios were developed, differing in the depth of technological integration and the conditions governing technology diffusion:

accelerated transformation – rapid advances in generative and agentic AI, an expansion in the range of automatable operations, and deeper integration of AI into professional and business processes;

moderate development – gradual technology scaling, continued reliance on pilot projects, and the coexistence of conventional and AI-enabled processes;

constrained development – slower technology diffusion driven by economic, regulatory, and geopolitical factors.

The scenarios were used as an analytical framework for determining which competencies retain their functional relevance under different conditions of technological development. No quantitative probabilities were assigned to the scenarios, as the study does not seek to construct a probabilistic forecasting model.

Third stage – systematization and typologization of competencies. Based on the thematic analysis of academic publications and a comparison of identified professional requirements, competencies were grouped according to the type of function performed by the specialist. Three interrelated domains were identified: technological, analytical-strategic, and creative-ethical.

The technological domain encompasses AI literacy, the use of generative models, prompt engineering, process automation, and data handling. The analytical-strategic domain includes critical thinking, interpretation of AI outputs, analytical skills, experimentation, hypothesis formulation and testing, and strategic decision-making. The creative-ethical domain combines creativity, contextual thinking, communication strategy, ethical and legal evaluation of decisions, and responsibility for professional outcomes.

The resilience of the identified competencies to changes in specific technologies was assessed separately. Scenario-resilient competencies were defined as competencies that retain their professional relevance despite changes in the tools employed, the degree of automation, and the conditions governing access to AI technologies.

Fourth stage – development of a conceptual educational model. At the final stage, the results of the analysis of professional activities, technological development scenarios, and competency typology were integrated into a conceptual model for training communication specialists. On this basis, key directions for transforming educational programmes were identified, and a training architecture was developed to support the progressive development of AI literacy, applied, analytical, strategic, and ethical competencies.

Thus, the research follows a sequential logic: transformation of professional activities – technological development scenarios – competency typologization – identification of a scenario-resilient competency core – design of an educational model. This procedure makes it possible to link changes in the professional environment to specific requirements for educational programme content and to substantiate the proposed professional competency model.

Findings/Discussion

Transformation of the Professional Role of Communication Specialists

The first finding of the study is that AI is changing not only individual work tasks but also the boundaries of the professional role itself (Izmaylova et al., 2025; Gerasimenko et al., 2024; , informatsionnykh tekhnologiyakh i o zashchite informatsii, 2006).

In the traditional model, a specialist independently performs a sequence of operations: gathering information, analysing the audience, formulating hypotheses, developing content, implementing a communication campaign, and evaluating its outcomes.

In an AI-enabled model, some of these functions can be delegated to algorithmic systems. This does not, however, imply the automatic replacement of the specialist. Rather, greater importance is being placed on defining tasks, establishing quality criteria, verifying outputs, interpreting data, and making strategic decisions.

Consequently, the source of professional value is shifting from the production of individual communication products towards the management of the processes through which such products are developed, fundamentally changing the requirements for graduates of communication programmes. The transformation of the professional role is reflected not only in the expansion of the technological toolkit but also in changing forms of professional identity and self-presentation in the digital environment (Gavra & Yanshin, 2026).

A critical capability in communication practice is the ability to operate under conditions of uncertainty and changing circumstances. Research on crisis communication shows that, when potential harm is uncertain and delayed, communication strategies must adapt to the evolving context and nature of the risks (Gavra & Akimovich, 2022). Under conditions of technological transformation, the same logic can be applied to professional competencies: a specialist's resilience depends not on adherence to a particular tool, but on the ability to adapt their approach to solving professional tasks.

Technological Development Scenarios and Resilient Competencies

Comparison of the three scenarios makes it possible to identify competencies that retain their relevance regardless of the trajectory of technological development (Table 1). The scenarios were constructed along two dimensions: the depth of AI integration into professional processes and the availability and scalability of the relevant technologies.

Table 1. AI Development Scenarios and Competency Requirements

Scenario	Key Characteristics	Priority Competencies
Accelerated transformation	Large-scale adoption of generative and agentic AI	AI workflow design, AI systems management, ethics, strategic management
Moderate development	Coexistence of pilot and traditional solutions	Integration of AI into existing processes, analytics, change management
Constrained development	Limited access to technologies and localization of solutions	Adaptability, work with local AI tools, critical thinking, technological self-reliance

Source: compiled by the authors based on the data and findings reported in [OECD, 2026; Singla et al., 2025; The Impact of AI on Digital Advertising Report, 2025]

The analysis shows that specific technological skills have limited resilience. A tool that is relevant today may be replaced by another platform within a relatively short period. By contrast, critical thinking, the capacity for continuous learning, interdisciplinary collaboration, and ethical judgement remain relevant across all scenarios. These competencies are therefore defined as scenario-resilient competencies.

A scenario-resilient professional competency is defined as a competency that retains its functional relevance despite changes in technology availability, the degree of automation, and the organizational model of human-AI interaction.

Three-Domain Model of Professional Competence

Based on the analysis, the following model of professional competencies for communication specialists is proposed (Table 2). It should be noted that the domains of the model are distinguished not by the type of tool used, but by the nature of the professional decision: technological action – analytical interpretation – responsible communication decision.

Table 2. Three-Domain Model of Professional Competencies for Communication Specialists

Domain	Core Competencies	Learning Outcome
Technological	AI tools, LLMs, prompt engineering, process automation, basic data science	Ability to select and effectively apply AI tools
Analytical-		
Strategic	Critical thinking, analytics, experimentation, interpretation of AI outputs, project management	Ability to evaluate and effectively use AI-generated results
Creative-Ethical	Creativity, communication strategy, ethics, legal awareness, professional responsibility	Ability to make context-sensitive and responsible decisions

Source: compiled by the authors based on the data and findings reported in (Sysoev, 2025a; Sysoev, 2025b; Menzhevitsky, 2025; Masalimova et al., 2026)

A key finding of the study is the interdependence of these three domains. Technological competence without analytical competence may reduce the quality of professional decisions: a specialist may be able to use a generative model effectively but lack the ability to assess the validity and relevance of its output.

Conversely, analytical competence without sufficient technological proficiency limits the specialist's ability to fully exploit contemporary AI-based tools and systems.

Finally, the combination of technological and analytical skills without an ethical dimension may result in decisions that are technologically effective but unacceptable from legal, reputational, or broader societal perspectives.

Thus, based on a synthesis of the approaches reviewed, the authors propose a model that treats professional competence not as a sum of independent skills, but as an integrated system of three interrelated domains (Fig. 1).

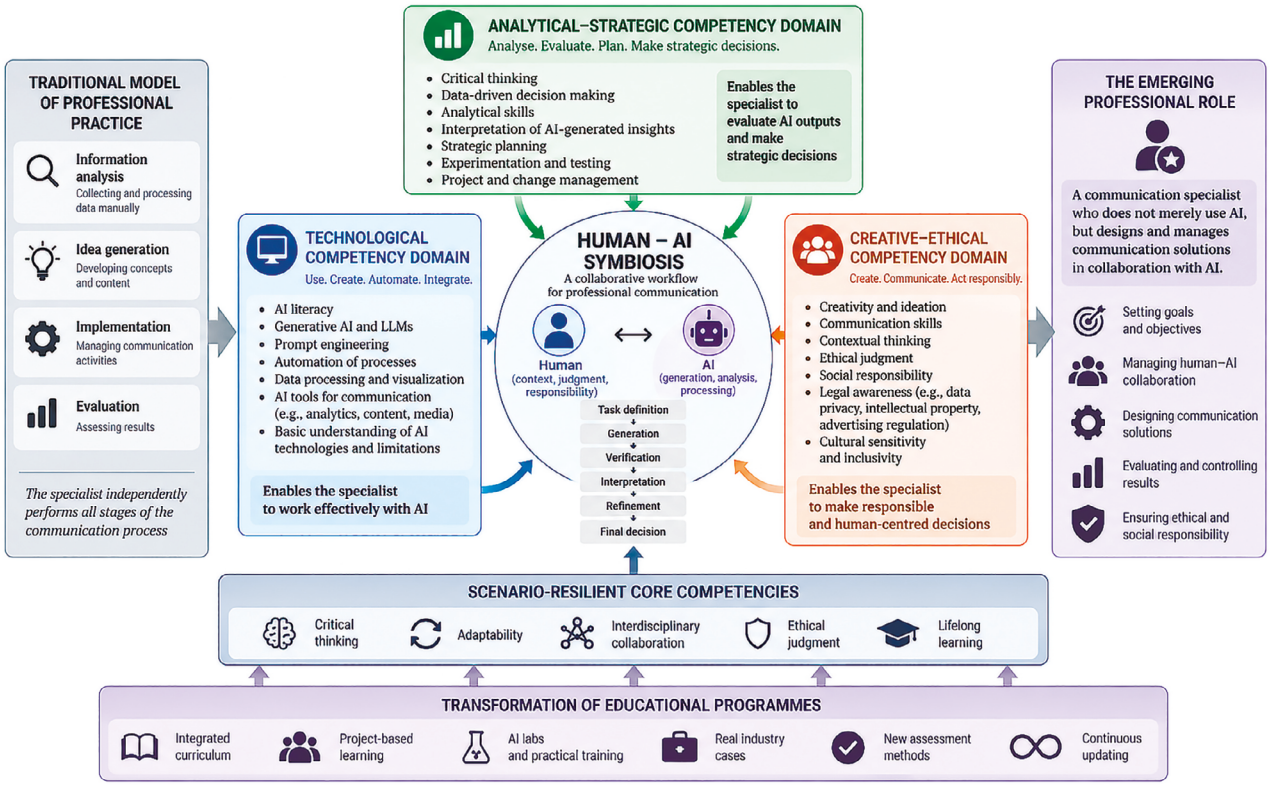


Figure 1. A Model of Scenario-Resilient Professional Competence for Communication Specialists in the Context of Human-AI Interaction

Source: compiled by the authors based on the data and findings reported in (Sysoev, 2025a; Menzhevitsky, 2025; Masalimova et al., 2026)

The proposed model differs from instrumental approaches to developing AI competencies (Sysoev, 2025a; Menzhevitsky, 2025; Miao & Cukurova, 2024; UNESCO, 2024; Masalimova et al., 2026; Kopylova & Grinshkun, 2025) in that it conceptualizes professional competence as an integrated system in which technological skills constitute a necessary but insufficient condition for effective performance. The central outcome of competency development is the ability of the specialist to organize and manage a symbiotic human–AI interaction process, while retaining for the human the functions of goal setting, contextual interpretation, ethical evaluation, and final decision-making.

The findings are consistent with recent Russian research on AI competencies. In particular, the competency framework proposed by P. V. Sysoev (Sysoev, 2025a) encompasses not only prompt engineering but also ethical, regulatory and legal, information security, and continuing professional development components.

This leads to a broader conclusion: **AI education should not be built around a fixed set of software products.**

This conclusion is particularly important for communication programmes. If an educational programme focuses exclusively on teaching students to work with a particular image-generation tool or a specific language model, the resulting learning outcomes may quickly become obsolete as the technological landscape evolves.

Therefore, the unit of learning should be not a particular tool, but a professional task. For example, students may be assigned the task of developing a brand communication concept, requiring them to independently determine:

1. what data need to be collected;
2. which AI tools are most appropriate for the task;
3. how the prompt should be formulated;
4. how the AI-generated output should be verified;
5. which elements require further refinement by the student;
6. how potential risks should be assessed;
7. how the final solution should be presented to the client.

This approach more accurately reflects real-world professional practice than a series of exercises focused on individual AI services.

A second significant finding of the study is the substantiation of a shift from the model in which **"the human uses a tool" towards a model in which "the human manages a joint intellectual process".**

Within the proposed model, AI performs functions related to generation, pattern identification, data processing, and the production of alternatives. The human retains responsibility for setting objectives, defining quality criteria, interpreting and contextualizing results, conducting ethical assessment, making strategic choices, and assuming responsibility for the final decision.

Therefore, AI does not eliminate the human role; rather, it transforms its content. This conclusion is consistent with research by Russian scholars on the development of digital competencies in marketing communications, which emphasizes the specialist's ability to critically analyse AI-generated outputs (Izmaylova et al., 2025; Menzhevitsky, 2025).

In the educational process, this implies a shift towards human-in-the-loop (HITL) assignments. Students should not merely submit an output generated by a neural network, but demonstrate the entire decision-making process: task formulation – prompt – AI output – identification of limitations – student-led refinement – final decision – rationale. Such an approach simultaneously develops technological, analytical, and communication skills (Sysoev & Filatov, 2024; Ananin et al., 2025).

Another important direction of transformation is the shift from predominantly subjective decision-making towards a data-driven approach.

For communication specialists, this is particularly relevant to branding, media planning, and campaign performance evaluation (Gerasimenko et al., 2024; Karmalova & Shilina, 2024; Karmalova & Shilina, 2025; Singla et al., 2025; The Impact of AI on Digital Advertising Report, 2025). AI enables the rapid processing of large volumes of data; however, the availability of data

does not in itself guarantee the validity of the resulting conclusions. Educational programmes should therefore incorporate statistical analysis, experimental design, causal analysis, marketing analytics, interpretation of machine-learning results, and data-quality assessment.

This issue is particularly important in the context of personalized communication content, which can increase the relevance of messages for target audiences while simultaneously creating the potential for communication distortions in strategic public relations (Bombin, 2026).

The integration of AI into communication practices creates a range of ethical challenges. These include algorithmic bias, hyper-personalization, automated user profiling, the use of synthetic content, intellectual property concerns, and the transparency of algorithmic decision-making (Miao & Holmes, 2023; O personal'nykh dannykh, 2006; O reklame, 2006; Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiyakh i o zashchite informatsii, 2006).

In the Russian educational context, these issues are further shaped by legal requirements concerning personal data and advertising (O personal'nykh dannykh, 2006; O reklame, 2006; Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiyakh i o zashchite informatsii, 2006). Therefore, AI ethics should not be confined to a separate academic course. Instead, it should be embedded across practical learning activities. For example, when developing a targeted communication campaign, students should simultaneously assess the lawfulness of data processing, the validity of audience segmentation, the potential for discriminatory effects, the transparency of algorithmic use, and the permissibility of synthetic content. Such an approach transforms AI ethics from a declarative principle into an operational professional competency.

The findings make it possible to identify five key directions for adapting educational programmes. The first involves moving beyond a rigid separation between humanities-oriented and technological training. Communication programmes should incorporate foundational knowledge of data analytics, machine learning, generative AI, and automation. This does not imply training students to become software developers; rather, the objective is to develop the technological literacy required of domain specialists working in communication.

The second direction involves shifting from passive knowledge acquisition to project-based learning. Students should address authentic communication tasks, including brand analysis, positioning development, content creation, audience analysis, testing communication hypotheses, and campaign performance evaluation. In this context, AI should function as an integral part of the professional workflow rather than merely as an object of demonstration. The heterogeneity of students' educational use of generative AI was identified by Ya. I. Kuzminov and co-authors (Kuzminov et al., 2025) indicates that access to the technology alone does not ensure the development of an effective and productive model of its use.

The third direction focuses on developing students' skills for interacting with AI. Learning activities should simulate situations in which AI generates several possible solutions, while students are required to select, refine, or reject them (Menzhevitsky, 2025; Ananin et al., 2025; Miao & Holmes, 2023; Sysoev & Filatov, 2024). Particular attention should be paid to analysing errors in generative models, including factual inaccuracies, logical inconsistencies, stereotyping, and inappropriate interpretation of context.

The fourth direction focuses on developing the ability to make data-driven decisions. Students should work not only with ready-made analytical reports but also with primary data, formulate hypotheses, select relevant indicators, and interpret the results (Brodersen et al., 2015; Gerasimenko et al., 2024; Tinkoff et al., 2025).

The fifth direction involves integrating ethical and legal considerations across all AI-related courses. This approach is consistent with the growing recognition of AI competence as a

multidimensional construct encompassing ethics, security, regulatory compliance, and the ability to oversee and critically evaluate AI-generated outputs. Based on the findings of the study, the following educational framework is proposed (Table 3).

Table 3. Architecture for Developing Professional Competencies of Communication Specialists in the Context of AI Integration

Level	Content	Example Learning Outcome
Foundational	AI literacy, AI limitations, prompt engineering	The student understands the principles underlying generative AI models
Applied	AI in marketing, public relations, advertising, and branding	The student selects an appropriate AI tool for a specific professional task
Analytical	Data science, analytics, experimentation	The student interprets AI-generated results and tests hypotheses
Strategic	AI project management, integration into business processes	The student designs an AI-enabled automation process
Ethical	Law, ethics, responsibility, information security	The student assesses the risks associated with AI deployment
Integrative	Interdisciplinary project	The student implements the complete cycle: task – AI – verification – decision

Source: compiled by the authors

This architecture helps avoid two extremes. The first is the excessive technologization of humanities-oriented education, whereby students acquire a set of technical skills while losing connection with the substantive content of the communication profession. The second is superficial digitalization, in which AI is merely added to existing courses without corresponding changes to their content and teaching methods. The optimal approach is therefore a third one: integrating AI into the professional context.

Limitations of the Study

The study has several limitations. First, the AI technology landscape is evolving faster than educational standards and academic publications can be updated. Therefore, specific recommendations concerning individual tools require regular revision.

Second, the study is analytical and conceptual in nature. The proposed competency model requires further empirical validation using samples of students and graduates from relevant educational programmes.

Third, the analysis is predominantly focused on the Russian context. This reflects the specific characteristics of the local regulatory environment, the availability of AI technologies, and the structure of the Russian communication market.

Fourth, the study does not provide a quantitative assessment of the relationship between individual competencies and graduates' career outcomes. Addressing this issue represents a promising direction for further research.

Conclusion

The study demonstrates that an integrated three-domain model of professional competence is the most appropriate framework for preparing communication specialists. It combines technological, analytical-strategic, and creative-ethical competencies and is based on scenario-resilient human-AI interaction. The findings also show that integrating AI into the communication industry requires changes not only to the content of individual courses but also to the overall architecture of professional training.

The main result of the study is the conceptual substantiation of the transition from an instrumental model of AI competence to an integrated model of professional competence.

Within the proposed framework, the professional training of communication specialists should encompass three interrelated domains: technological, analytical-strategic, and creative-ethical. The technological domain enables specialists to work effectively with contemporary AI tools. The analytical-strategic domain enables them to evaluate AI-generated outputs and incorporate them into decision-making processes. The creative-ethical domain supports contextualized communication decisions, preservation of human responsibility, and compliance with regulatory requirements.

The study further demonstrates that the competencies most resilient to changes in the technological environment are not specific technical skills, but rather critical thinking, adaptability, interdisciplinary collaboration, and ethical judgement.

In this context, a key objective of the educational programme is to develop students' ability to work within a symbiotic human–AI interaction process. In this model, AI performs functions related to information generation, analysis, and processing, while the human defines objectives, evaluates quality, interprets results, and makes the final decision.

Thus, the research hypothesis is supported: professional readiness for working in an AI-driven environment depends not on the number of tools mastered, but on the ability to integrate technologies into professional workflows through critical, analytical, and ethically responsible thinking.

From a practical perspective, this requires a shift towards modular educational programmes, project-based learning, interdisciplinary teams, AI laboratories, portfolios of practical projects, and the systematic integration of ethical considerations across the curriculum.

Promising directions for further research include empirical validation of the proposed model, development of instruments for assessing students' AI competencies, examination of the career trajectories of graduates with different competency profiles, and evaluation of the effectiveness of different human-centred learning models.

Conflict of Interest

The authors declare that they have no conflict of interest that could have influenced the results of the study or their interpretation.

Author Contributions

The authors jointly developed the research concept and formulated the research question and hypothesis. The first author developed the professional competency model and identified the directions for educational transformation, as well as interpreted the research findings. The second author conducted the literature review, systematized approaches to the development of AI competencies, carried out the scenario analysis, and prepared the final version of the

manuscript. Both authors accept responsibility for the integrity of the study and the accuracy of the information presented.

References

Ananin D.P., Komarov R.V., Remorenko I.M., 2025. “Kogda chestno – khorosho, dlya imitatsii – plokho”: strategii ispol'zovaniya generativnogo iskusstvennogo intellekta v rossiyskom vuze [“Honesty Is Good, Imitation Is Bad”: Strategies for Using Generative Artificial Intelligence in a Russian University] // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2025. – Vol. 34, No. 2. – P. 31–50. – DOI: https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-2-31-50. – EDN OBDXTG. [in Rus.]

Bombin A.Yu., 2026. Personalizatsiya kontenta i kommunikatsionnye iskazheniya v strategicheskom PR [Content Personalization and Communication Distortions in Strategic PR] // Aktual'nye voprosy razvitiya sovremennoy nauki: teoriya i praktika: Nauchaya sessiya professorsko-prepodavatel'skogo sostava, nauchnykh sotrudnikov i aspirantov po itogam NIR za 2024 god: sbornik luchshikh dokladov, Saint Petersburg, 1 April – 31 May 2025. – Saint Petersburg: Saint Petersburg State University of Economics, 2026. – P. 18–21. – EDN FJLJYQ. [in Rus.]

Brodersen K.H., Gallusser F., Koehler J., Remy N., Scott S.L., 2015. Inferring causal impact using Bayesian structural time-series models // The Annals of Applied Statistics. – 2015. – Vol. 9, No. 1. – P. 247–274. – DOI: https://doi.org/10.1214/14-AOAS788.

Gavra D.P., Akimovich E.V., 2022. Crisis with Undefined Delayed Damage: Definition and Communication Strategy // Proceedings of the 2022 Communication Strategies in Digital Society Seminar 2022, ComSDS 2022, St. Petersburg, 13 April 2022. – St. Petersburg: Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2022. – P. 43–47. – DOI: https://doi.org/10.1109/ComSDS55328.2022.9769115. – EDN CLWNTL.

Gavra D.P., Yan'shin S.O., 2026. Reprezentatsiya lichnogo brenda professional'a v tsifrovoy srede: kommunikativnyy analiz na osnove modeli R. Yakobsona [Representation of a Professional’s Personal Brand in the Digital Environment: A Communicative Analysis Based on R. Jakobson’s Model] // Litera. – 2026. – No. 4. – P. 168–181. – DOI: https://doi.org/10.25136/2409-8698.2026.4.79430. – EDN SHOEOI. [in Rus.]

Gerasimenko V.V., Kurkova D.N., Kurbatskiy A.N., 2024. Vnedrenie tekhnologiy iskusstvennogo intellekta v marketing rossiyskikh kompaniy: perspektivy i baryery [Implementation of Artificial Intelligence Technologies in the Marketing of Russian Companies: Prospects and Barriers] // Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta. – 2024. – Vol. 22, No. 3. – P. 483–508. – DOI: https://doi.org/10.21638/spbu18.2024.306. – EDN JRRHET. [in Rus.]

Izmaylova A.A., Soldatova A.V., Budrin A.G., 2025. Primenenie iskusstvennogo intellekta v tsifrovom marketinge kompanii: analiz keysa [Application of Artificial Intelligence in a Company’s Digital Marketing: A Case Study] // Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta. – 2025. – Vol. 23, No. 2. – P. 332–350. – DOI: https://doi.org/10.21638/spbu18.2025.210. – EDN TAHOMD. [in Rus.]

Karmalova E.Yu., Shilina M.G., 2025. Generatsiya slovesnykh tovarnykh znakov i otsenka ikh potentsial'noy okhranosposobnosti s primeneniem iskusstvennogo intellekta kak innovatsionnoe napravlenie praktiki i verifikatsii teorii brendinga [Generation of Verbal Trademarks and Assessment of Their Potential Registrability Using Artificial Intelligence as an Innovative Approach to Branding Practice and Theory Verification] // Osobennosti marketinga

v epokhu ekonomicheskikh transformatsiy: monografiya. – Moscow: RUSAYNS, 2025. – P. 131–142. – EDN SEASHL. [in Rus.]

Karmalova E.Yu., Shilina M.G., 2024. Otsenka effektivnosti vizual'noy ayidentiki brenda: traditsionnye marketingovye metodiki i iskusstvennyy intellekt [Evaluation of Brand Visual Identity Effectiveness: Traditional Marketing Methods and Artificial Intelligence] // Marketing v novoy real'nosti: monografiya. – Moscow: RUSAYNS, 2024. – P. 98–111. – EDN DYCKKE. [in Rus.]

Kopylova V.V., Grinshkun V.V., 2025. O podkhodakh k podgotovke pedagogov k ispol'zovaniyu tekhnologii iskusstvennogo intellekta dlya kommunikatsiy v professional'noy deyatel'nosti [Approaches to Preparing Teachers for the Use of Artificial Intelligence Technologies in Professional Communication] // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Informatika i informatizatsiya obrazovaniya. – 2025. – No. 1(71). – P. 7–20. – DOI: https://doi.org/10.24412/2072-9014-2025-171-7-20. – EDN RUIWZD. [in Rus.]

Koshkina E.A., Bordovskaya N.V., Gnedykh D.S. et al., 2025. Generativnyy iskusstvennyy intellekt v vysshem obrazovanii: obzor teoreticheskikh podkhodov i praktik primeneniya [Generative Artificial Intelligence in Higher Education: A Review of Theoretical Approaches and Applications] // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2025. – Vol. 34, No. 6. – P. 36–57. – DOI: https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-6-36-57. – EDN AXWAWH. [in Rus.]

Kuzminov Ya.I., Kruchinskaya E.V., Gruzdev I.A., Naumov A.A., 2025. Otstayushchie i operedivshie: kak studenty ispol'zuyut generativnyy iskusstvennyy intellekt v obrazovatel'nykh tselyakh [Underperformers and Leaders: How Students Use Generative Artificial Intelligence for Educational Purposes] // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2025. – Vol. 34, No. 6. – P. 9–35. – DOI: https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-6-9-35. – EDN RXDTXQ. [in Rus.]

Masalimova A.R., Zheltukhina M.R., Demir S., Molodozhnikova N.M., Zvereva E.V., Berechikidze I.A., Lazareva Y.B., 2026. Mapping human-AI communication in a Russian higher education context: a psychometric network analysis of AI literacy and attitudinal dispositions // Frontiers in Communication. – 2026. – Vol. 11. – DOI: https://doi.org/10.3389/fcomm.2026.1888712.

Menzhevitskiy M.E., 2025. Metodologicheskie podkhody k formirovaniyu tsifrovykh kompetentsiy v sisteme marketingovykh kommunikatsiy s primeneniem tekhnologiy iskusstvennogo intellekta [Methodological Approaches to Developing Digital Competencies in Marketing Communications Using Artificial Intelligence Technologies] // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. – 2025. – No. 10(128). – P. 210–215. – DOI: https://doi.org/10.24412/2411-0450-2025-10-210-215. – EDN YUIBSY. [in Rus.]

Miao F., Cukurova M., 2024. AI Competency Framework for Teachers. – Paris: UNESCO, 2024. – 52 p. – ISBN 978-92-3-100707-1. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391104 (accessed 3 September 2026).

Miao F., Holmes W., 2023. Guidance for Generative AI in Education and Research. – Paris: UNESCO, 2023. – 44 p. – ISBN 978-92-3-100612-8. – DOI: https://doi.org/10.54675/PTW8189. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693 (accessed 5 September 2026).

OECD, 2026. Digital Education Outlook 2026: Exploring Effective Uses of Generative AI in Education / led by Stéphan Vincent-Lancrin [et al.]. – Paris: OECD Publishing, 2026. – 244 p. – ISBN 978-92-64-91530-5. – DOI: https://doi.org/10.1787/062a7394-en.

O personal'nykh dannykh, 2006.: Federal'nyy zakon ot 27.07.2006 No. 152-FZ [On Personal Data: Federal Law No. 152-FZ of 27 July 2006] // Konsul'tantPlyus. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (accessed 5 September 2026). [in Rus.]

O reklame, 2006.: Federal'nyy zakon ot 13.03.2006 No. 38-FZ [On Advertising: Federal Law No. 38-FZ of 13 March 2006] // Konsul'tantPlyus. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (accessed 5 September 2026). [in Rus.]

Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiyakh i o zashchite informatsii, 2006: Federal'nyy zakon ot 27.07.2006 No. 149-FZ [On Information, Information Technologies and the Protection of Information: Federal Law No. 149-FZ of 27 July 2006] // Konsul'tantPlyus. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (accessed 3 September 2026). [in Rus.]

Samarina O.V., Shevchenko A.S., 2025. Artificial Intelligence Competencies: The Formation Within Professional Training // Bulletin of Nizhnevartovsk State University. – 2025. – No. 2(70). – P. 122–131. – DOI: https://doi.org/10.36906/2311-4444/25-2/12. – EDN CVHLGW.

Singla A., Sukharevsky A., Yee L., Chui M., Hall B., 2025. The State of AI: How Organizations Are Rewiring to Capture Value / QuantumBlack, AI by McKinsey. – March 2025. – URL: https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value (accessed 4 September 2026).

Sysoev P.V., 2025a. Kompetentsiya sovremennogo pedagoga v oblasti iskusstvennogo intellekta: struktura i soderzhanie [Competence of a Modern Educator in Artificial Intelligence: Structure and Content] // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2025. – Vol. 34, No. 6. – P. 58–79. – DOI: https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-6-58-79. – EDN ZJMQFD. [in Rus.]

Sysoev P.V., 2025b. Personalizirovannoe obuchenie na osnove tekhnologiy iskusstvennogo intellekta: naskol'ko gotovy sovremennye studenty k novym vozmozhnostyam polucheniya obrazovaniya [Personalized Learning Based on Artificial Intelligence Technologies: How Ready Are Modern Students for New Educational Opportunities] // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2025. – Vol. 34, No. 2. – P. 51–71. – DOI: https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-2-51-71. – EDN WEAGVQ. [in Rus.]

Sysoev P.V., Filatov E.M., 2024. Metodika obucheniya uchashchikhsya i studentov napisaniyu esse v triade «obuchayushchiysya – prepodavatel' – iskusstvennyy intellekt» [Methods for Teaching School and University Students to Write Essays in the “Learner-Teacher-Artificial Intelligence” Triad] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. – 2024. – No. 2. – P. 38–54. – DOI: https://doi.org/10.55959/MSU-2074-1588-19-27-2-3. – EDN IVCGTO. [in Rus.]

The Impact of AI on Digital Advertising Report, 2025. – Brussels: IAB Europe, 18 September 2025. – URL: https://iabeurope.eu/knowledge_hub/the-impact-of-ai-on-digital-advertising-report/ (accessed 6 September 2026).

Tinkoff D., Van der Veken L., Chui M., Balakrishnan T., 2026. The State of AI in 2026: On the Road to ROI / McKinsey & Company. – August 2026. – URL: https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai (accessed 6 September 2026).

UNESCO, 2024. AI Competency Framework for Students. – Paris: UNESCO, 2024. – 80 p. – ISBN 978-92-3-100709-5. – DOI: https://doi.org/10.54675/JKJB9835. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391105 (accessed 4 September 2026).

Wang S., Wang F., Zhu Z., Wang J., Tran T., Du Z., 2024. Artificial intelligence in education: a systematic literature review // Expert Systems with Applications. – 2024. – Vol. 252. – Art. 124167. – DOI: https://doi.org/10.1016/j.eswa.2024.124167.

Е.Ю. Кармалова[1], А.Ю. Бомбин*[2, 3]

[1] Санкт-Петербург мемлекеттік электротехникалық университеті «ЛЭТИ» В.И. Ульянов (Ленин) атындағы, Санкт-Петербург, Ресей Федерациясы

[2] Мемлекеттік Ресей музейі, Санкт-Петербург, Ресей Федерациясы

[3] Ұлттық зерттеу университеті «Жоғары экономика мектебі», Санкт-Петербург, Ресей Федерациясы

Медиакоммуникация саласындағы білім беру бағдарламаларының ЖИ трансформациясы жағдайына бейімделуі

Аңдатпа. Медиакоммуникация индустриясының цифрлық трансформациясы жасанды интеллект технологияларының жедел таралуымен қатар жүріп, жарнама, қоғаммен байланыс, маркетинг және брендинг салаларындағы мамандардың кәсіби қызметінің мазмұнын өзгертуде. Зерттеудің өзектілігі жасанды интеллектіні кәсіби практикаға енгізу қарқыны мен білім беру бағдарламаларын бейімдеу жылдамдығы арасындағы алшақтықпен байланысты. Зерттеудің мақсаты коммуникациялар саласындағы мамандардың кәсіби құзыреттерін трансформациялау бағыттарын айқындау және жасанды интеллектіні білім беру бағдарламаларына интеграциялау тәсілдерін әзірлеу болып табылады. Зерттеудің әдіснамалық негізін сценарийлік талдау, жасанды интеллект құралдарын коммуникациялық процестің кезеңдері бойынша жүйелеу, ғылыми жарияланымдар мен білім беру тәжірибелерін талдау, сондай-ақ кәсіби қызметке қойылатын талаптарды салыстырмалы талдау құрады. Технологиялық, аналитикалық-стратегиялық және креативтік-этикалық құзыреттерді біріктіретін кәсіби құзыреттіліктің үшконтурлы моделі әзірленді. Кәсіби даярлықтың тұрақтылығы маманның жасанды интеллектімен тиімді өзара әрекеттесуіне және оның нәтижелерін сыни тұрғыдан бағалай алуына байланысты екені көрсетілді. Жасанды интеллект сауаттылығын, қолданбалы, аналитикалық, стратегиялық және этикалық құзыреттерді кезең-кезеңімен қалыптастыруды қамтамасыз ететін білім беру даярлығының архитектурасы ұсынылды. Зерттеудің практикалық маңыздылығы ұсынылған модельді коммуникациялар саласындағы білім беру бағдарламаларын жобалау және жаңарту барысында қолдану мүмкіндігімен айқындалады.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, ЖИ құзыреттері, цифрлық коммуникациялар, білім беру бағдарламалары, маркетингтік коммуникациялар, кәсіби құзыреттер, «адам–ЖИ» симбиозы.

Е.Ю.Кармалова[1], А.Ю.Бомбин*[2, 3]

[1] Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Российская Федерация

[2] Государственный Русский музей, Санкт-Петербург, Российская Федерация

[3] НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург, Российская Федерация

Адаптация образовательных программ в сфере медиакоммуникаций в условиях ИИ-трансформации

Аннотация. Цифровая трансформация коммуникационной индустрии сопровождается быстрым распространением технологий искусственного интеллекта, что изменяет

содержание профессиональной деятельности специалистов в области рекламы, связей с общественностью, маркетинга и брендинга. Актуальность исследования обусловлена несоответствием между темпами внедрения ИИ в профессиональную практику и скоростью адаптации образовательных программ. Цель исследования заключается в определении направлений трансформации профессиональных компетенций специалистов по коммуникациям и разработке подходов к интеграции ИИ в образовательные программы. Методологическую основу составили сценарный анализ, систематизация ИИ-инструментов по этапам коммуникационного процесса, анализ научных публикаций и образовательных практик, а также сравнительный анализ требований профессиональной деятельности. Разработана трёхконтурная модель профессиональной компетентности, объединяющая технологические, аналитико-стратегические и креативно-этические компетенции. Показано, что устойчивость профессиональной подготовки определяется способностью специалиста эффективно взаимодействовать с ИИ и критически оценивать его результаты. Предложена архитектура образовательной подготовки, обеспечивающая последовательное формирование ИИ-грамотности, прикладных, аналитических, стратегических и этических компетенций. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования предложенной модели при проектировании и обновлении образовательных программ в сфере коммуникаций.

Ключевые слова: искусственный интеллект, ИИ-компетенции, цифровые коммуникации, образовательные программы, маркетинговые коммуникации, профессиональные компетенции, симбиоз «человек-ИИ».

Литература

Ананин, Д. П., 2025. «Когда честно – хорошо, для имитации – плохо»: стратегии использования генеративного искусственного интеллекта в российском вузе / Д. П. Ананин, Р. В. Комаров, И. М. Реморенко // Высшее образование в России. – 2025. – Т. 34, № 2. – С. 31-50. – DOI 10.31992/0869-3617-2025-34-2-31-50. – EDN OBDXTG.

Бомбин, А. Ю., 2026. Персонализация контента и коммуникационные искажения в стратегическом PR / А. Ю. Бомбин // Актуальные вопросы развития современной науки: теория и практика : Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР за 2024 год: сборник лучших докладов, Санкт-Петербург, 01 апреля – 31 2025 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2026. – С. 18-21. – EDN FJLJYQ.

Гавра, Д. П., 2026. Репрезентация личного бренда профессионала в цифровой среде: коммуникативный анализ на основе модели Р. Якобсона / Д. П. Гавра, С. О. Яньшин // Litera. – 2026. – № 4. – С. 168-181. – DOI 10.25136/2409-8698.2026.4.79430. – EDN SHOEOI.

Герасименко, В. В., 2024. Внедрение технологий искусственного интеллекта в маркетинг российских компаний: перспективы и барьеры / В. В. Герасименко, Д. Н. Куркова, А. Н. Курбацкий // Российский журнал менеджмента. – 2024. – Т. 22, № 3. – С. 483-508. – DOI 10.21638/spbu18.2024.306. – EDN JRRHET.

Измайлова, А. А., 2025. Применение искусственного интеллекта в цифровом маркетинге компании: анализ кейса / А. А. Измайлова, А. В. Солдатова, А. Г. Будрин // Российский журнал менеджмента. – 2025. – Т. 23, № 2. – С. 332-350. – DOI 10.21638/spbu18.2025.210. – EDN TAHOMD.

Кармалова, Е. Ю., 2024. Оценка эффективности визуальной айдентики бренда: тради-

ционные маркетинговые методики и искусственный интеллект / Е. Ю. Кармалова, М. Г. Шилина // Маркетинг в новой реальности: монография. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2024. – С. 98-111. – EDN DYCKKE.

Кармалова, Е. Ю., 2025. Генерация словесных товарных знаков и оценка их потенциальной охраноспособности с применением искусственного интеллекта как инновационное направление практики и верификации теории брендинга / Е. Ю. Кармалова, М. Г. Шилина // Особенности маркетинга в эпоху экономических трансформаций : монография. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2025. – С. 131-142. – EDN SEASHL.

Копылова, В. В., 2025. О подходах к подготовке педагогов к использованию технологии искусственного интеллекта для коммуникаций в профессиональной деятельности / В. В. Копылова, В. В. Гриншкун // Вестник МГПУ. Серия: Информатика и информатизация образования. – 2025. – № 1(71). – С. 7-20. – DOI 10.24412/2072-9014-2025-171-7-20. – EDN RUIWZD.

Кошкина, Е. А., 2025. Генеративный искусственный интеллект в высшем образовании: обзор теоретических подходов и практик применения / Е. А. Кошкина, Н. В. Бордовская, Д. С. Гнедых [и др.] // Высшее образование в России. – 2025. – Т. 34, № 6. – С. 36-57. – DOI 10.31992/0869-3617-2025-34-6-36-57. – EDN AXWAWH.

Кузьминов, Я. И., 2025.Отстающие и опережающие: как студенты используют генеративный искусственный интеллект в образовательных целях / Я. И. Кузьминов, Е. В. Кручинская, И. А. Груздев, А. А. Наумов // Высшее образование в России. – 2025. – Т. 34, № 6. – С. 9-35. – DOI 10.31992/0869-3617-2025-34-6-9-35. – EDN RXDTXQ.

Менжевицкий, М. Е., 2025. Методологические подходы к формированию цифровых компетенций в системе маркетинговых коммуникаций с применением технологий искусственного интеллекта / М. Е. Менжевицкий // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2025. – № 10(128). – С. 210-215. – DOI 10.24412/2411-0450-2025-10-210-215. – EDN YUIBSY.

О персональных данных, 2006. : Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения: 05.09.2026).

О рекламе, 2006. : Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 05.09.2026).

Об информации, информационных технологиях и о защите информации, 2006. : Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 03.09.2026).

Сысоев, П. В., 2024. Методика обучения учащихся и студентов написанию эссе в триаде «обучающийся - преподаватель - искусственный интеллект» / П. В. Сысоев, Е. М. Филатов // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2024. – № 2. – С. 38-54. – DOI 10.55959/MSU-2074-1588-19-27-2-3. – EDN IVCGTO.

Сысоев, П. В., 2025а. Компетенция современного педагога в области искусственного интеллекта: структура и содержание / П. В. Сысоев // Высшее образование в России. – 2025. – Т. 34, № 6. – С. 58-79. – DOI 10.31992/0869-3617-2025-34-6-58-79. – EDN ZJMQFD.

Сысоев, П. В., 2025б. Персонализированное обучение на основе технологий искус-

ственного интеллекта: насколько готовы современные студенты к новым возможностям получения образования / П. В. Сысоев // Высшее образование в России. – 2025. – Т. 34, № 2. – С. 51-71. – DOI 10.31992/0869-3617-2025-34-2-51-71. – EDN WEAGVQ.

Brodersen K.H., Gallusser F., Koehler J., Remy N., Scott S.L., 2015. Inferring causal impact using Bayesian structural time-series models // The Annals of Applied Statistics. – 2015. – Vol. 9, No. 1. – P. 247–274. – DOI: https://doi.org/10.1214/14-AOAS788.

Gavra D.P., Akimovich E.V., 2022. Crisis with Undefined Delayed Damage: Definition and Communication Strategy // Proceedings of the 2022 Communication Strategies in Digital Society Seminar 2022, ComSDS 2022, St. Petersburg, 13 April 2022. – St. Petersburg: Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2022. – P. 43–47. – DOI: https://doi.org/10.1109/ComSDS55328.2022.9769115. – EDN CLWNTL.

Masalimova A.R., Zheltukhina M.R., Demir S., Molodozhnikova N.M., Zvereva E.V., Berechikidze I.A., Lazareva Y.B., 2026. Mapping human–AI communication in a Russian higher education context: a psychometric network analysis of AI literacy and attitudinal dispositions // Frontiers in Communication. 2026. Vol. 11. DOI: 10.3389/fcomm.2026.1888712.

Miao F., Cukurova M., 2024. AI Competency Framework for Teachers. – Paris: UNESCO, 2024. – 52 p. – ISBN 978-92-3-100707-1. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391104 (дата обращения: 03.09.2026).

Miao F., Holmes W., 2023. Guidance for generative AI in education and research / UNESCO. – Paris : UNESCO, 2023. – 44 p. – ISBN 978-92-3-100612-8. – DOI: 10.54675/PTW8189. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693 (дата обращения: 05.09.2026).

OECD, 2026. digital education outlook 2026: exploring effective uses of generative AI in education / led by Stéphan Vincent-Lancrin [and many others]. – Paris : OECD Publishing, 2026. – 244 p. – ISBN 978-92-64-91530-5. – DOI: 10.1787/062a7394-en.

Samarina, O. V., 2025. Artificial Intelligence Competencies: the Formation Within Professional Training / O. V. Samarina, A. S. Shevchenko // Bulletin of Nizhnevartovsk State University. – 2025. – No. 2(70). – P. 122-131. – DOI 10.36906/2311-4444/25-2/12. – EDN CVHLGW.

Singla A., Sukharevsky A., Yee L., Chui M., Hall B., 2025. The state of AI: how organizations are rewiring to capture value / QuantumBlack, AI by McKinsey. – March 2025. – URL: https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai (дата обращения: 04.09.2026).

The impact of AI on digital advertising report, 2025. / IAB Europe. – Brussels : IAB Europe, 18 September 2025. – URL: https://iabeurope.eu/knowledge_hub/the-impact-of-ai-on-digital-advertising-report/ (дата обращения: 06.09.2026).

Tinkoff D., Van der Veken L., Chui M., Balakrishnan T., 2026. The state of AI: how organizations are rewiring to capture value / McKinsey & Company, 2025. – URL: https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value (дата обращения: 05.09.2026).

UNESCO, 2024. AI Competency Framework for Students. – Paris: UNESCO, 2024. – 80 p. – ISBN 978-92-3-100709-5. – DOI: https://doi.org/10.54675/JKJB9835. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391105 (дата обращения: 04.09.2026).

Wang S., Wang F., Zhu Z., Wang J., Tran T., Du Z., 2024. Artificial intelligence in education: a systematic literature review // Expert Systems with Applications. – 2024. – Vol. 252. – Art. 124167. – DOI: 10.1016/j.eswa.2024.124167.

Information about the authors:

Karmalova E.Yu. – Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Professor at Saint Petersburg Electrotechnical University, 5 Professor Popova St., Building F, 197022, Saint Petersburg, Russian Federation.

Bombin A.Yu. – Corresponding author, Candidate of Economic Sciences, Head of the Trade Department at the State Russian Museum, Guest Faculty at HSE University, 4 Inzhenernaya St., 191186, Saint Petersburg, Russian Federation.

Авторлар туралы мәліметтер:

Кармалова Е.Ю. – филология ғылымдарының докторы, доцент, В.И. Ульянов (Ленин) атындағы Санкт-Петербург мемлекеттік электротехникалық университеті «ЛЭТИ» ФМ-ББМ ЖОО профессоры, Профессор Попов көшесі, 5 үй, Ф әрпі, 197022, Санкт-Петербург, Ресей Федерациясы.

Бомбин А.Ю. – хат-хабар авторы, экономика ғылымдарының кандидаты, «Мемлекеттік Ресей музейі» ФМБММ Сауда департаментінің басшысы, Ұлттық зерттеу университеті «Жоғары экономика мектебінің» шақырылған оқытушысы, Инженерная көшесі, 4 үй, 191186, Санкт-Петербург, Ресей Федерациясы.

Сведения об авторах:

Кармалова Е.Ю. – доктор филологических наук, доцент, профессор ФГАОУ ВО Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина), ул. профессора Попова, дом 5 литера Ф, 197022, Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Бомбин А.Ю. – автор для корреспонденции, кандидат экономических наук, начальник отдела торговли ФГБУК Государственный Русский музей, приглашенный преподаватель НИУ «ВШЭ», ул. Инженерная, д. 4, 191186, Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ/ СМИ И ОБЩЕСТВО / MEDIA AND SOCIETY

ХҒТАР 19.51.51 https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-48-63
Мақала түрі: ғылыми мақала

Қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдарындағы репрезентациясы

Е. Жумабеков *[1], Н. Қуантаев [2], С. Тоқтарбек[3]

*[*1]Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан*
[2]Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
[3]Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан

*(E-mail:[*1]Sultan-2012@mail.ru, [2] kuantaiuly@mail.ru, [3] toktarbek.sagynay@mail.ru)*

Аңдатпа. Мақалада қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясы журналистика және медиатану тұрғысынан талданады. Зерттеудің мақсаты – қазақ тойының баспасөз, ақпарат агенттіктері, интернет-порталдар және әлеуметтік желілердегі берілу ерекшеліктерін анықтап, оның қоғамдық санадағы мағыналық құрылымдарын сипаттау. Әдіснамалық негіз ретінде agenda-setting, framing, mediatization және representation теориялары алынды.

Эмпирикалық материал ретінде Egemen Qazaqstan, Kazinform, Abai.kz, Aqshamnews.kz, Әділет, Қазақ газеттері, Қармақшы таңы басылымдарындағы жарияланымдар және Instagram желісіндегі @qalamtarih парақшасының танымдық контенті қарастырылды. Сапалық контент-анализ және фреймдік талдау нәтижесінде қазақ той дәстүрінің медиада ұлттық мұра, ағартушылық, әлеуметтік сын, экономикалық-коммерциялық және ұлттық бірегейлік фреймдері арқылы ұсынылатыны анықталды. Зерттеу нәтижелері қазақ тойларының қазіргі медиалық кеңістікте тек этнографиялық нысан емес, ұлттық мәдени кодты қайта өндіретін, қоғамдық пікір қалыптастыратын және цифрлық ортада жаңа мағынаға ие бола алатын коммуникациялық феномен екенін көрсетеді. Зерттеудің тәжірибелік маңызы алынған нәтижелерді ұлттық мәдениетке қатысты медиаконтент әзірлеуде, журналистік материалдарды фреймдік тұрғыдан талдауда, сондай-ақ қазақ дәстүрлерін цифрлық платформаларда танымдық әрі заманауи форматта ұсынуда пайдалануға болатындығында.

Түйін сөздер: журналистика, медиатану, қазақ тойы, репрезентация, фрейминг, цифрлық медиа, ұлттық бірегейлік

Түсті: 5.05.2026; Мақұлданды: 3.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы үшін**

Кіріспе

Цифрлық коммуникацияның қарқынды дамуы ұлттық мәдениеттің бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілердегі көрінісін түбегейлі өзгертті. Бұрын ұрпақтан-ұрпаққа ауызша дәстүр арқылы беріліп келген мәдени тәжірибелер бүгінде газет, журнал, телевидение, интернет-басылымдар, YouTube, Instagram және TikTok сияқты цифрлық платформалар арқылы қайта өндіріліп, жаңа аудиторияға ұсынылуда. Осы өзгерістер ұлттық мәдени кодтың медиада қалай ұсынылатынын, қандай мағыналық құрылымдар арқылы түсіндірілетінін және қоғамдық санада қалай қабылданатынын зерттеуді өзекті етеді.

Медиатану ғылымында мәдени құндылықтардың ақпараттық кеңістіктегі берілуі agenda-setting, framing, representation және mediatization теориялары арқылы түсіндіріледі. Бұл бағыттағы зерттеулер бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдық пікір қалыптастырумен қатар, ұлттық бірегейлік пен мәдени жадының сақталуына ықпал ететінін көрсетеді (McCombs, Shaw, 1972; Entman, 1993; Hall, 1997; Couldry, Hepp, 2013). Сондықтан қазіргі медиада ұлттық дәстүрдің қалай ұсынылатынын зерттеу журналистика ғылымының маңызды бағыттарының біріне айналып отыр.

Қазақстандық ғылымда қазақтың салт-дәстүрі көбіне этнография, мәдениеттану, педагогика және фольклортану тұрғысынан зерттелді. Бұл бағытта С. Кенжеахмет, К. Оразбекова, Ә. Табылдиев, М. Олкотт, З. Жандарбек және басқа зерттеушілердің еңбектері ұлттық дәстүрдің тарихи, тәрбиелік және мәдени ерекшеліктерін жан-жақты сипаттайды. Алайда бұл зерттеулердің басым бөлігі дәстүрдің қазіргі бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясына арнайы тоқталмайды.

Қазіргі таңда қазақ той дәстүрі туралы материалдар дәстүрлі баспасөзде ғана емес, интернет-басылымдарда, әлеуметтік желілерде, подкасттарда және бейнеплатформаларда кеңінен таралып келеді. Соған қарамастан, қазақ тойының медиадағы репрезентациясын журналистика теориялары негізінде талдайтын кешенді зерттеулер жеткіліксіз. Бұл жағдай ұлттық дәстүрдің медиалық трансформациясын жаңа ғылыми тұрғыдан қарастыру қажеттігін көрсетеді.

Осыған байланысты мақаланың мақсаты – қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясын журналистика және медиатану теориялары негізінде талдау, сондай-ақ ұлттық мәдени кодтың қазіргі медиалық кеңістікте ұсынылу ерекшеліктерін анықтау.

2. Әдебиеттерге шолу

Қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясын зерттеу үшін ең алдымен медианың қоғамдық санаға, мәдени мағынаға және әлеуметтік тәжірибеге ықпалын түсіндіретін теориялық еңбектерге сүйену қажет. Бұл тұрғыда М. Мак Комбс пен Д. Шоудың agenda-setting теориясы маңызды. Авторлар жаңалықты таңдау мен орналастыру арқылы редакторлар, журналистер және хабар таратушылар қоғамдық шындықты қалыптастыруға қатысатынын көрсетеді. Олардың пікірінше, аудитория белгілі бір мәселе туралы ғана емес, сол мәселенің қаншалықты маңызды екені туралы да медиадағы ақпарат көлемі мен орналасу тәртібі арқылы түсінік алады (McCombs, Shaw, 1972). Бұл тұжырым қазақ той дәстүріне қатысты медиаматериалдарды талдауда маңызды болып отыр. Өйткені бұқаралық ақпарат құралдары Наурыз, беташар, қыз ұзату, тұсаукесер сияқты дәстүрлерді жиі жариялау арқылы оларды қоғамдық күн тәртібінде тұрған мәдени тақырыпқа айналдырады.

Медиадағы мәдени құбылыстарды талдауда Р. Энтманның фрейминг теориясы да негізгі әдіснамалық тірек бола алады. Энтман фреймингті қабылданған шындықтың кейбір аспектілерін таңдап алып, оларды коммуникациялық мәтінде айрықша көрнекті ету процесі ретінде түсіндіреді (Entman, 1993). Ғалымның ойынша, фреймдер мәселені анықтау, себептерін түсіндіру, моральдық баға беру және шешім ұсыну қызметтерін атқарады (Entman, 1993). Бұл теория қазақ той дәстүрінің медиада әртүрлі мағынада ұсынылуын түсіндіруге мүмкіндік береді: бір материалда той ұлттық мұра ретінде, екіншісінде тәрбиелік құндылық ретінде, үшіншісінде әлеуметтік сын немесе коммерциялық шоу ретінде берілуі мүмкін.

Қазіргі қоғамда дәстүрдің медиа арқылы өзгеруін түсіндіруде медиалану теориясы ерекше маңызға ие. С. Хьярвард медиалануды жоғары модерн қоғамындағы екіжақты процесс ретінде сипаттайды: бір жағынан, медиа өзіндік логикасы бар дербес институтқа айналады, екінші жағынан, өзге әлеуметтік және мәдени институттар осы медиа логикасына бейімделе бастайды (Hjarvard, 2008). Автор медианы қоғам мен мәдениеттен бөлек қарастыруға болмайтынын, қазіргі әлеуметтік және мәдени процестер медианың тұрақты қатысуы арқылы өзгеретінін атап өтеді (Hjarvard, 2008). Бұл тұжырым қазақ тойының қазіргі трансформациясын түсіндіруге мүмкіндік береді: бүгінгі тойлар тек отбасылық рәсім ғана емес, фото, видео, Instagram, TikTok, YouTube форматына бейімделген медиалық оқиғаға айналып отыр.

Медиалану теориясын Н. Кудри мен А. Хепп те кеңейте түседі. Олар қазіргі коммуникациялық ортада медианың күнделікті өмірдің, отбасының, достық қарым-қатынастың, жұмыстың және әлеуметтік тәжірибенің ажырамас бөлігіне айналғанын көрсетеді (Couldry, Hepp, 2013). Авторлар дәстүрлі «өндіріс – мәтін – аудитория» үштағаны қазіргі медиалық процестерді толық түсіндіруге жеткіліксіз екенін айтады (Couldry, Hepp, 2013). Бұл пікір цифрлық медиадағы қазақ той дәстүрін зерттеуге тікелей қатысты, себебі бүгінгі аудитория дәстүр туралы контентті тек қабылдап қана қоймайды, оны бөліседі, пікір қалдырады, қайта өңдейді және жаңа цифрлық мағына береді.

Қазақстандық ғылымда қазақтың салт-дәстүрі көбіне этнография, мәдениеттану, фольклортану және этнопедагогика тұрғысынан қарастырылды. С. Кенжеахмет қазақтың әдет-ғұрыптары мен салт-дәстүрлерін жүйелесе, К. Оразбекова ұлттық тәрбие мен дәстүр сабақтастығын, Ә. Табылдиев этнопедагогикалық негіздерді зерттеді. Бұл еңбектер қазақ той дәстүрінің тарихи, тәрбиелік және мәдени мазмұнын ашуға мүмкіндік береді. Алайда аталған зерттеулердің басым бөлігі дәстүрдің өзін сипаттауға бағытталған, ал оның қазіргі бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиада қалай репрезентацияланатыны арнайы талдау нысаны болмаған.

Қазақ қоғамындағы ұлттық бірегейлік пен мәдени өзгерістер мәселесін шетелдік зерттеушілер де қарастырған. М. Олкотт қазақ қоғамының тарихи-мәдени құрылымын сипаттаса, Н. Мкртчян Қазақстандағы ұлттық символдар мен «қазақилық» ұғымының қалыптасуын зерттейді. М. Адамс посткеңестік Қазақстандағы мерекелік мәдениет пен ойын-сауық формаларының өзгерісін талдайды. Бұл еңбектер қазақ мәдениетін түсінуге маңызды теориялық және тарихи негіз береді. Дегенмен оларда қазақ той дәстүрінің журналистік мәтіндерде, телевизиялық хабарларда және әлеуметтік желілерде қандай фреймдер арқылы ұсынылатыны арнайы қарастырылмайды.

Қазақстандық журналистика ғылымында бұқаралық ақпарат құралдарының ағартушылық қызметі, ұлттық құндылықтарды насихаттаудағы рөлі және қоғамдық пікір

қалыптастырудағы маңызы Т. Қожакеев, М. Барманқұлов, Н. Омашев, Қ. Сақ сияқты зерттеушілер еңбектерінде талданған. Бұл зерттеулер журналистиканың қоғамдық және мәдени қызметін түсіндіруге мүмкіндік береді. Алайда қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясын agenda-setting, framing және mediatization теориялары негізінде кешенді зерттеген еңбектер әлі де жеткіліксіз.

Осылайша, ғылыми әдебиеттерді талдау қазақ той дәстүрі туралы зерттеулердің басым бөлігі этнографиялық және мәдениеттанулық бағытта жазылғанын көрсетеді. Ал қазіргі медиада бұл дәстүрлердің қалай ұсынылатынын, қандай мағыналық фреймдер арқылы түсіндірілетінін және цифрлық платформаларда қалай трансформацияланатынын журналистика және медиатану теориялары негізінде қарастыру қажеттілігі сақталып отыр. Сондықтан бұл зерттеу қазақ той дәстүрін дәстүрдің өзі ретінде емес, бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиада қайта құрылатын мәдени-коммуникациялық феномен ретінде талдауға бағытталады.

3. Теориялық негіз

Қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясын талдау үшін мақалада журналистика және медиатану ғылымында кеңінен қолданылатын agenda-setting, framing, mediatization және representation теориялары негізге алынды. Бұл теориялар ұлттық мәдениеттің медиада қалай ұсынылатынын, қандай мағыналық құрылымдар арқылы аудиторияға жеткізілетінін және цифрлық ортада қандай өзгерістерге ұшырайтынын түсіндіруге мүмкіндік береді.

Agenda-setting теориясын М. МакКомбс пен Д. Шоу ұсынған. Ғалымдардың пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдары аудиторияға қандай мәселе туралы ойлау қажеттігін айқындай отырып, қоғамдық күн тәртібін қалыптастырады (McCombs, Shaw, 1972). Бұл теория қазақ той дәстүріне қатысты медиаконтентті зерттеуде маңызды әдіснамалық негіз болып табылады. Мәселен, республикалық баспасөзде, ақпараттық агенттіктерде және цифрлық платформаларда Наурыз мерекесі, беташар, тұсаукесер, қыз ұзату сияқты дәстүрлердің жиі жариялануы олардың қоғамдық маңызын арттырып, ұлттық мәдениеттің маңызды элементтері ретінде қабылдануына ықпал етеді.

Сонымен қатар медианың белгілі бір дәстүрлерді тұрақты түрде ақпараттық кеңістікке шығарып отыруы ұлттық мәдени кодтың сақталуына әсер етеді. Ал кейбір дәстүрлердің сирек жариялануы немесе мүлде назардан тыс қалуы олардың қоғамдық көрінісінің әлсіреуіне алып келуі мүмкін. Осы тұрғыдан agenda-setting теориясы медианың қазақ той дәстүрінің қоғамдық маңызын қалыптастырудағы рөлін түсіндіруге мүмкіндік береді.

Қазақ той дәстүрінің медиадағы репрезентациясын талдауда фрейминг теориясының маңызы ерекше. Р. Энтманның анықтамасы бойынша, фрейминг – медианың шынайылықтың белгілі бір аспектілерін таңдап алып, оларды ерекше маңызға ие етіп көрсетуі арқылы аудиторияның мәселені қабылдауына ықпал ету процесі (Entman, 1993). Ғалым фреймнің негізгі қызметтерін мәселені анықтау, себептерін түсіндіру, моральдық бағалау және шешу жолдарын ұсыну деп көрсетеді (Entman, 1993). Демек, бір ғана мәдени құбылыс әртүрлі медиада түрлі мағыналық қырынан ұсынылуы мүмкін.

Қазақ тойына арналған медиаматериалдарды талдау барысында бірнеше негізгі фреймді бөліп көрсетуге болады. Бірінші – ұлттық мұра фреймі. Бұл жағдайда той дәстүрі халықтың тарихи жады мен мәдени сабақтастығының көрінісі ретінде ұсынылады. Екінші – ағартушылық фреймі. Мұнда журналистер дәстүрдің шығу тегі мен тәрбиелік

маңызын түсіндіруге басымдық береді. Үшінші – әлеуметтік сын фреймі. Бұл бағыттағы материалдарда тойдағы ысырапшылдық, бәсекелестік, несиеге той өткізу сияқты мәселелер қозғалады. Төртінші – коммерциялық фреймі. Әсіресе әлеуметтік желілерде той индустриясы сән, шоу және қызмет көрсету нарығының бір бөлігі ретінде көрсетіледі. Бесінші бағыт – ұлттық бірегейлік және цифрлық трансформация фреймі. Мұнда қазақ той дәстүрінің ұлттық бірегейлікті қалыптастырудағы және цифрлық медиада жаңа коммуникациялық форматқа бейімделуіндегі рөліне басымдық беріледі. Осы фреймдердің әрқайсысы аудиторияның қазақ той дәстүрін қабылдауына өзіндік ықпал етеді.

Медиалану теориясы қазіргі қоғамдағы мәдени тәжірибелердің медиа логикасына бейімделуін түсіндіреді. С. Хьярвард медианы қоғамдық институттарға ықпал ететін дербес әлеуметтік күш ретінде қарастырып, медиалану үдерісінің қазіргі қоғамдағы әлеуметтік және мәдени институттардың қызметіне ықпал ететінін көрсетеді (Hjarvard, 2008). Кейін бұл тұжырымды Н. Кудри мен А. Хепп дамытып, медиалану үдерісі әлеуметтік өмірдің барлық салаларын қамтитынын атап өтеді (Couldry, Hepp, 2013).

Қазақ қоғамындағы той мәдениеті де осы өзгерістерден тыс қалған жоқ. Бұрын той рәсімдері көбіне отбасылық және қауымдық ортада өткізілсе, қазіргі уақытта олардың едәуір бөлігі медиалық кеңістікте өмір сүреді. Үйлену тойлары кәсіби бейнетүсіріліммен сүйемелденеді, әлеуметтік желілерде тікелей эфирлер жүргізіледі, ал қысқа бейнероликтер Instagram, TikTok және YouTube платформалары арқылы миллиондаған қолданушыға таралады. Осылайша дәстүр өзінің бастапқы әлеуметтік қызметін сақтай отырып, медиалық мазмұнға да айналады.

Мәдени репрезентация теориясы бұқаралық ақпарат құралдарының мәдени құндылықтарды жай ғана көрсетпейтінін, оларды белгілі бір әлеуметтік және мәдени мағынамен қайта құратынын түсіндіреді (Hall, 1997). Стюарт Холлдың пікірінше, репрезентация – мағынаны тіл, бейне және коммуникациялық тәжірибе арқылы өндіру үдерісі (Hall, 1997). Осы тұрғыдан қарағанда, қазақ той дәстүрі медиада өзгеріссіз берілетін мәдени мұра емес, журналистік мәтіндер, телевизиялық бағдарламалар және цифрлық контент арқылы үнемі қайта интерпретацияланып отыратын мәдени феномен болып табылады.

Қазіргі цифрлық медиада ұлттық дәстүрдің репрезентациясы визуалды форматтардың ықпалымен жаңа сипатқа ие болды. Қысқа бейнероликтер, подкасттар, деректі фильмдер және мультимедиалық жобалар дәстүрді әртүрлі аудиторияға қолжетімді етеді. Сонымен қатар мұндай репрезентация дәстүрдің танымал болуына ықпал еткенімен, оның кейбір рәсімдерінің ойын-сауық элементіне айналу қаупін де күшейтеді. Сондықтан қазақ той дәстүрінің медиадағы репрезентациясын зерттеу қазіргі журналистика ғылымының ғана емес, мәдени коммуникация саласының да маңызды ғылыми мәселелерінің бірі болып табылады.

4. Зерттеу әдіснамасы

Зерттеуде қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясын анықтау мақсатында сапалық зерттеу тәсілі қолданылды. Зерттеу нысаны ретінде қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық платформаларда жарияланған қазақ той дәстүріне қатысты журналистік материалдар алынды. Зерттеу пәні – қазақ той дәстүрінің медиадағы репрезентациясының ерекшеліктері, журналистік дискурс және қолданылған мағыналық фреймдер.

Эмпирикалық база ретінде әртүрлі типтегі медиаресурстарда жарияланған материалдар пайдаланылды. Олардың қатарында Egemen Qazaqstan, Kazinform, Abai.kz, Aqshamnews.kz, Әділет, Қазақ газеттері, Қармақшы таңы басылымдары мен Instagram желісіндегі @qalamtarih парақшасының танымдық бейнематериалдары қамтылды. Материалдарды іріктеу кезінде жарияланымдардың қазақ той дәстүріне тікелей арналуы, журналистік жанрда дайындалуы және бұқаралық аудиторияға бағытталуы негізгі өлшемдер ретінде алынды.

Зерттеудің негізгі әдісі ретінде сапалық контент-анализ қолданылды. Бұл әдіс жарияланымдардың тақырыптық бағытын, мазмұнын, негізгі идеяларын және журналистік ұстанымын анықтауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар медиамәтіндерді интерпретациялау барысында Р. Энтман ұсынған фреймдік талдау тәсілі пайдаланылды. Фреймдік талдау арқылы медиада қазақ тойының қандай мағыналық қырлары басым көрсетілетіні, қандай мәселелерге назар аударылатыны және аудиторияға қандай интерпретациялық үлгі ұсынылатыны анықталды.

Талдау барысында жарияланымдар бірнеше негізгі фрейм бойынша жүйеленді: ұлттық мұра, ағартушылық, әлеуметтік сын, экономикалық (коммерциялық) және ұлттық бірегейлік. Бұл жіктеу қазақ той дәстүрінің әртүрлі медиада қалай репрезентацияланатынын салыстырмалы түрде қарастыруға мүмкіндік берді.

Зерттеу нәтижелерін түсіндіруде agenda-setting, framing, mediatization және representation теориялары әдіснамалық негіз ретінде пайдаланылды. Бұл теориялар медианың ұлттық мәдениетті бейнелеу ерекшеліктерін, қоғамдық пікір қалыптастырудағы рөлін және цифрлық коммуникация жағдайындағы мәдени трансформация үдерістерін кешенді талдауға мүмкіндік береді.

5. Нәтижелер мен талдау

Қазақ той дәстүрінің бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиадағы репрезентациясын анықтау мақсатында қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарында және цифрлық платформаларда жарияланған материалдарға сапалық контент-анализ жүргізілді. Талдау нысаны ретінде Egemen Qazaqstan, Kazinform, Abai.kz, Aqshamnews.kz, Әділет, Қазақ газеттері, Қармақшы таңы басылымындағы жарияланымдар, сондай-ақ Instagram желісіндегі @qalamtarih парақшасының танымдық видеоматериалдары алынды. Контентті талдау барысында жарияланымдардың тақырыптық бағыты, журналистік ұстанымы, қолданылған дискурстық тәсілдері және қазақ той дәстүрінің қандай мағыналық фреймдер арқылы ұсынылатыны қарастырылды.

Талдау нәтижелері көрсеткендей, бұқаралық ақпарат құралдарында қазақ той дәстүрі бірнеше негізгі бағытта репрезентацияланады.

Бірінші бағыт – ұлттық мұра және мәдени құндылық фреймі. Бұл фрейм Egemen Qazaqstan газетінде жарияланған С. Әліпбайдың «Той – халық қазынасы» мақаласында айқын көрінеді (Әліпбай, 2020). Автор қазақ тойын халықтың мәдени жады мен ұлттық өнерінің ажырамас бөлігі ретінде сипаттап, оның қоғамдық коммуникациядағы орнына ерекше назар аударады. Мақалада тойдың тек мерекелік рәсім емес, халықтың өнерін, ұлттық ойындарын, дәстүрлері мен қоғамдық қатынастарын тоғыстыратын мәдени институт екендігі көрсетіледі. Ұқсас көзқарас І. Байжановтың «Қазақтың тойы ұлттық брендке айналуы тиіс» мақаласында да байқалады (Байжанов, 2024). Автор қазақ тойын ұлттық мәдени бренд ретінде дамыту қажеттігін көтеріп, асаба мәдениеті, ұлттық

киім, сценарий және дәстүр элементтерін сақтаудың маңызын атап өтеді. Бұл жарияланымдарда той ұлттық бірегейліктің маңызды құрамдас бөлігі ретінде ұсынылады.

Екінші бағыт – әлеуметтік сын фреймі. Бұл бағыттағы жарияланымдарда қазіргі қазақ тойының мазмұнынан гөрі оның әлеуметтік мәселелері көбірек қозғалады. Abai.kz порталында жарияланған С. Байқоңыровтың «Той жарысты тоқтат, қазақ!» мақаласында тойдағы бәсекелестік, несиеге той жасау, шектен тыс салтанат пен ысырапшылық өткір сыналады (Байқоңыров, 2024). Осындай көзқарас Ұ. Есдәулеттің «Той туралы ой» мақаласында да көрініс тапқан (Есдәулет, 2020). Автор қазіргі тойларда ұлттық тәрбиеден гөрі сыртқы сән-салтанаттың басым екенін айтып, асабалық мәдениет пен той бағдарламасының мазмұнын қайта қарастыру қажеттігін ұсынады. «Қармақшы таңы» газетінде жарияланған «Той туралы ой» мақаласы да осы бағытты жалғастырып, бұрынғы қарапайым ауыл тойлары мен қазіргі мейрамхана форматындағы салтанатты тойларды салыстырады. Бұл материалдарда той ұлттық дәстүр ғана емес, қоғамдық талқылауды қажет ететін әлеуметтік құбылыс ретінде репрезентацияланады.

Үшінші бағыт – ағартушылық фрейм. Бұл бағыттағы материалдардың басты мақсаты – ұлттық салттардың шығу тегі мен тәрбиелік мәнін түсіндіру. Aqshamnews.kz сайтында жарияланған тарихшы-этнограф Бердалы Оспанмен сұхбатта тойбастар, той тарқар, отқа май құю сияқты дәстүрлердің тарихи негіздері мен қазіргі қоғамдағы өзгерістері түсіндіріледі (Aqshamnews.kz, 2025). Сол сияқты «Қазақ газеттері» сайтындағы «Қазақтың тойы қалай өтеді?» мақаласы қазіргі той мәдениетіндегі өзгерістерді сипаттай отырып, ұлттық дәстүрдің тәрбиелік қызметін сақтаудың маңызын көрсетеді. Бұл жарияланымдарда журналистік мәтін сарапшы пікіріне сүйене отырып, аудиторияға танымдық ақпарат береді және ұлттық құндылықтарды насихаттау қызметін атқарады.

Төртінші бағыт – экономикалық немесе коммерциялық фрейм. Бұл фрейм Kazinform агенттігінде жарияланған А. Поляковтың «Сколько стоит организовать той в разных городах Казахстана» мақаласында анық байқалады (Поляков, 2026). Автор Қазақстанның әртүрлі өңірлеріндегі той өткізу құнын салыстырып, банкет, асаба, музыкалық сүйемелдеу, фото-видео қызметтері және басқа шығындарды жүйелейді. Осы арқылы қазақ тойы мәдени дәстүр ғана емес, қызмет көрсету индустриясының маңызды сегменті ретінде де ұсынылады. Экономикалық аспект Лаубаева А.-ның «Той эволюциясы: Қазақтың тойы қалай өзгеріп жатыр?» мақаласында да көрініс табады. Автор «Қонақтар енді зат емес, конверттегі ақша сыйлайтын болды. Қалың мал ақшалай, кейде доллармен беріледі» деп, той дәстүріндегі сыйлық беру мен қалың малдың ақшалай сипатқа ие болғанын көрсетеді (Лаубаева, 2025). Бұл мысалдар той мәдениетінің қазіргі қоғамда экономикалық және коммерциялық қатынастармен тығыз байланыста екенін аңғартады. Мұндай материалдар медиада тойдың экономикалық қырын күшейтіп, оның қазіргі қоғамдағы коммерциялық сипатын айқындайды.

Бесінші бағыт – ұлттық бірегейлік және цифрлық трансформация фреймі. Бұл бағыт Ж. Артықбаевтың «Қазақтың той мәдениеті және бірегейлік (identity)» мақаласында көрініс тапқан (Артықбаев, 2025). Автор тойды қазақ қоғамындағы мәдени коммуникацияның маңызды құралы ретінде бағалап, оның ұлттық бірегейлікті қалыптастырудағы рөлін көрсетеді. Сонымен қатар Instagram желісіндегі @qalamtarih парақшасында жарияланған танымдық бейнематериалдар қазақтың отау тойы, алып қашу дәстүрі және басқа да рәсімдерді қысқа бейнеформат арқылы кең аудиторияға ұсынады. Мұндай контенттің ерекшелігі – ақпаратты визуалды және интерактивті түрде таратып, пайдаланушылардың пікір алмасуына және материалды қайта бөлісуіне мүмкіндік беруінде.

Бұл дәстүрдің цифрлық ортада жаңа коммуникациялық форматқа бейімделіп жатқанын көрсетеді.

Agenda-setting теориясына сәйкес жүргізілген контент-талдау нәтижелері қазақ той дәстүрінің медиада белгілі бір тақырыптар арқылы қоғамдық күн тәртібіне шығарылатынын көрсетті. М. МакКомбс пен Д. Шоу ұсынған agenda-setting теориясына сәйкес, бұқаралық ақпарат құралдары қандай мәселелерге жиі назар аударылатынын анықтау арқылы олардың қоғамдық маңызын арттыруға ықпал етеді (McCombs & Shaw, 1972). Осы тұрғыдан алғанда, зерттеу материалдарында қазақ тойының ұлттық мәдениет, әлеуметтік мәселе, дәстүрдің тарихи мәні және экономикалық шығындар тұрғысынан тұрақты түрде көтерілуі оның қоғамдық дискурста өзекті мәдени тақырып ретінде қалыптасқанын көрсетеді.

Зерттеу корпусындағы 11 материалдың ішінде әлеуметтік сынға бағытталған жариялымдар салыстырмалы түрде басым орын алады – 3 материал (27,3%). Атап айтқанда, С. Байқоңыровтың, Ұ. Есдәулеттің және «Қармақшы таңы» газетінің материалдарында тойдағы бәсекелестік, ысырапшылық, несиеге той жасау және дәстүрдің өзгеруі мәселелері көтерілген. Ұлттық мұра мен мәдени құндылықтарға арналған материалдар 2 (18,2%), ағартушылық бағыттағы материалдар 2 (18,2%), экономикалық-коммерциялық бағыттағы материалдар 2 (18,2%), ал ұлттық бірегейлік пен цифрлық трансформацияға арналған материалдар 2 (18,2%) құрайды. Бұл көрсеткіштер медианың қазақ тойын тек дәстүрлі мәдени мұра ретінде ғана емес, сонымен бірге қоғамдық талқылауды қажет ететін әлеуметтік мәселе ретінде де күн тәртібіне шығаратынын аңғартады.

Әсіресе әлеуметтік сын тақырыбының жиірек көрінуі қазіргі қазақ тойының қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық мәселелермен байланысының медиада өзекті болып отырғанын көрсетеді. Сонымен қатар ұлттық мұра мен ағартушылық бағыттағы материалдардың тұрақты жариялануы дәстүрдің мәдени маңызын қоғамдық назарда ұстап тұруға ықпал етеді. Ал Kazinform материалындағы той өткізу шығындарын көрсету және тойдың коммерциялық сипатына назар аудару мәдени тәжірибенің экономикалық қырын да қоғамдық күн тәртібіне шығаратынын көрсетеді.

Осылайша, agenda-setting тұрғысынан медиада қазақ тойы туралы ақпараттың болуы ғана емес, белгілі бір мәселелердің қайталанып көтерілуі маңызды. Зерттеу нәтижелері медианың қазақ тойын ұлттық мәдениеттің элементі ретінде сақтаумен қатар, ысырапшылық, әлеуметтік бәсекелестік, коммерциялану және дәстүрдің өзгеруі сияқты мәселелерді қоғамдық талқылаудың тұрақты нысанына айналдыратынын көрсетеді.

Mediatization теориясы тұрғысынан зерттеу нәтижелері қазақ той дәстүрінің қазіргі медиалық ортада тек ақпараттық мазмұн ретінде ұсынылмай, медианың техникалық, жанрлық және коммуникациялық ерекшеліктеріне бейімделіп отырғанын көрсетті. С. Хьярвардтың медиалану тұжырымдамасына сәйкес, әлеуметтік және мәдени институттар біртіндеп медиа логикасына бейімделеді, ал медиа қоғамдағы мәдени процестердің ұйымдасуына ықпал ететін маңызды институтқа айналады (Hjarvard, 2008). Бұл үдеріс қазақ той дәстүрінің қазіргі медиадағы берілуінен де байқалады.

Дәстүрлі баспасөзде қазақ тойы көбіне көлемді публицистикалық мақала, сараптамалық материал немесе сұхбат түрінде ұсынылады. Мұндай материалдарда авторлық пікір, тарихи түсіндіру, сарапшы көзқарасы және қоғамдық сын басым. Мысалы, Egemen Qazaqstan, Aqshamnews.kz және «Қазақ газеттері» материалдарында той дәстүрінің тарихи, тәрбиелік және әлеуметтік мәнін кеңінен түсіндіруге мүмкіндік беретін мәтіндік формат қолданылған. Бұл дәстүрлі медианың баяндау логикасына сәйкес келеді.

Ал цифрлық ортада той дәстүрі қысқа, визуалды және интерактивті форматқа бейімделеді. Instagram желісіндегі @qalamtarih парақшасының отау тойы мен алып қашу дәстүріне арналған бейнематериалдары ұлттық дәстүрді қысқа бейне арқылы таныстырады. Мұнда ақпаратты қабылдау мәтіндік түсіндіруден гөрі визуалды баяндау, қысқалық және аудиторияның реакциясына сүйенеді. Пайдаланушылардың пікір қалдыруы мен материалды қайта тарату мүмкіндігі дәстүр туралы ақпараттың біржақты берілуінен интерактивті коммуникацияға ауысқанын көрсетеді.

Бұл өзгеріс Н. Кудри мен А. Хепптің медиалану туралы тұжырымдарымен де сәйкес келеді. Авторлар қазіргі қоғамда медиа күнделікті әлеуметтік тәжірибенің ажырамас бөлігіне айналып, адамдардың өзара әрекеттесу тәсілдерін өзгертетінін атап көрсетеді (Couldry, Hepp, 2013). Қазақ тойы жағдайында бұл құбылыс той рәсімдерінің фото және бейнетүсіріліммен сүйемелденуінен, әлеуметтік желілерде жариялануынан және дәстүр туралы арнайы цифрлық контенттің жасалуынан көрінеді.

Осылайша, mediatization тұрғысынан қазақ тойының трансформациясы оның мазмұнының ғана емес, оны көрсету және қабылдау формасының да өзгеруімен сипатталады. Дәстүр бұрын негізінен отбасы мен қауымдық ортада орындалатын мәдени тәжірибе болса, қазіргі уақытта ол медиалық оқиғаға да айналып отыр. Нәтижесінде қазақ тойы дәстүрлі әлеуметтік функцияларын сақтай отырып, цифрлық платформалардың визуалды, қысқа және интерактивті логикасына бейімделуде.

Representation теориясы бойынша қазақ той дәстүрінің медиадағы көрінісін талдау оның жай ғана шынайы мәдени тәжірибені бейнелеу емес, белгілі бір мағыналарды қайта өндіру үдерісі екенін көрсетті. С. Холлдың мәдени репрезентация теориясына сәйкес, медиа шындықты механикалық түрде көшірмейді, керісінше тіл, бейне және коммуникациялық тәжірибе арқылы оған белгілі бір мағына береді (Hall, 1997). Осы тұрғыдан қазақ тойы медиада әртүрлі мәдени мағыналармен толықтырылып, қайта интерпретацияланады.

Зерттеу материалдарында қазақ тойы бір ғана тұрақты бейнемен шектелмейді. Бір жағынан, ол халықтың тарихи жады, ұлттық өнері және мәдени сабақтастығының белгісі ретінде ұсынылады. С. Әліпбайдың «Той – халық қазынасы» және І. Байжановтың «Қазақтың тойы ұлттық брендке айналуы тиіс» мақалаларында той ұлттық мәдениеттің маңызды элементі ретінде репрезентацияланады. Мұндай репрезентацияда қазақ тойының құндылықтық және біріктіруші қызметі алдыңғы орынға шығады.

Екінші жағынан, медиада той қазіргі қоғамның әлеуметтік мәселелерімен байланыстырылады. С. Байқоңыровтың, Ұ. Есдәулеттің және «Қармақшы таңы» газетінің материалдарында той бәсекелестік, ысырапшылық және әлеуметтік қысыммен байланысты құбылыс ретінде көрсетіледі. Демек, бір мәдени тәжірибе медиада бір мезгілде әрі ұлттық құндылық, әрі сын нысаны ретінде репрезентациялана алады.

Үшінші қыры – тойдың экономикалық және коммерциялық мағынада ұсынылуы. Kazinform материалында той өткізу құны, банкет, асаба, музыкалық сүйемелдеу және фото-видео қызметтері қарастырылады. Бұл репрезентация қазақ тойын мәдени рәсім шеңберінен шығарып, оны қызмет көрсету нарығымен байланысты әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде көрсетеді. Ал Лаубаева А.-ның материалында сыйлық беру мен қалың малдың ақшалай сипатқа ауысуы арқылы дәстүрдің экономикалық мазмұнына назар аударылады.

Цифрлық медиада репрезентацияның сипаты одан әрі өзгереді. @qalamtarih парақша-

сындағы қысқа бейнематериалдар қазақтың отау тойы мен алып қашу дәстүрін визуалды және ықшам форматта көрсетеді. Бұл жағдайда дәстүр тек мәтін арқылы түсіндірілмей, визуалды образ, қысқа баяндау және цифрлық аудиторияның реакциясы арқылы жаңа мағына алады. Осылайша, цифрлық репрезентация дәстүрді кең аудиторияға қолжетімді еткенімен қатар, оның қабылдануын платформаның визуалды және интерактивті ерекшеліктерімен байланыстырады.

Жалпы, representation теориясы тұрғысынан алынған нәтижелер қазақ тойының медиада өзгеріссіз сақталатын мәдени нысан емес екенін көрсетеді. Оның мағынасы медианың түріне, журналистік жанрға, авторлық ұстанымға және коммуникациялық форматқа байланысты қайта құрылады. Сондықтан қазіргі медиада қазақ тойы бір мезгілде ұлттық мұра, әлеуметтік мәселе, экономикалық ресурс, ағартушылық нысан және ұлттық бірегейліктің символы ретінде көрініс табады. Бұл қазақ тойының медиада көпмағыналы мәдени феномен ретінде репрезентацияланатынын дәлелдейді.

Жүргізілген талдау бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиада қазақ той дәстүрінің бірыңғай емес, көпқырлы түрде репрезентацияланатынын көрсетті. Дәстүрлі баспасөз көбіне ұлттық мұра, ағартушылық және әлеуметтік жауапкершілік мәселелеріне басымдық берсе, цифрлық медиа тарихи-танымдық ақпаратты қысқа әрі интерактивті форматта таратуға бейім. Ал ақпараттық агенттіктер мен жаңалық сайттарында той көбіне экономикалық және әлеуметтік құбылыс ретінде ұсынылады. Бұл қазақ тойының қазіргі медиалық кеңістікте мәдени, әлеуметтік, экономикалық және коммуникациялық мағыналарды қатар қамтитын күрделі феноменге айналғанын дәлелдейді.

Қорытынды

Зерттеу нәтижелері қазақ той дәстүрінің қазіргі бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиада біржақты емес, бірнеше мағыналық фреймдер арқылы репрезентацияланатынын көрсетті. “Egemen Qazaqstan”, “Kazinform”, “Abai.kz”, “Aqshamnews.kz”, “Әділет”, “Қазақ газеттері”, “Қармақшы таңы” басылымдарындағы жарияланымдар мен Instagram желісіндегі @qalamtarih парақшасының танымдық контентін сапалық контент-анализ және фреймдік талдау негізінде қарастыру қазақ тойының медиада ұлттық мұра, ағартушылық, әлеуметтік сын, экономикалық-коммерциялық және ұлттық бірегейлік бағыттарында ұсынылатынын анықтады.

Біріншіден, framing теориясы тұрғысынан алғанда, қазақ тойы медиада әртүрлі мағыналық фреймдер арқылы түсіндіріледі. Ұлттық мұра фреймінде той мәдени жады мен дәстүр сабақтастығының көрінісі ретінде сипатталса, ағартушылық фреймінде оның тарихи және тәрбиелік мәнін түсіндіруге басымдық беріледі. Әлеуметтік сын фреймі қазіргі той мәдениетіндегі ысырапшылдық, әлеуметтік бәсекелестік және несиеге той өткізу сияқты мәселелерді алдыңғы орынға шығарады. Экономикалық-коммерциялық фрейм тойды қызмет көрсету индустриясымен және қаржылық қатынастармен байланыстыра көрсетсе, ұлттық бірегейлік фреймі оның қазақ қоғамындағы мәдени коммуникация мен ұлттық бірегейлікті қалыптастырудағы рөліне мән береді. Осылайша, бір мәдени құбылыстың әртүрлі медиада әрқилы мағынада ұсынылуы оның қоғамдық қабылдануына ықпал ететінін байқауға болады.

Екіншіден, agenda-setting теориясы тұрғысынан медиада қазақ тойына қатысты белгілі бір тақырыптардың тұрақты түрде көтерілуі олардың қоғамдық маңызын айқындайды. Зерттеу материалдарында ұлттық дәстүрдің сақталуы, той мәдениетінің өзгеруі,

ысырапшылдық, әлеуметтік бәсекелестік, тойдың экономикалық сипаты және ұлттық бірегейлік мәселелерінің қатар қойылуы қазақ тойын тек отбасылық немесе этнографиялық құбылыс шеңберінен шығарып, қоғамдық талқылау нысанына айналдыратынын көрсетеді. Демек, медиа қазақ тойы туралы ақпарат беріп қана қоймай, оның қоғамда қандай мәселелері маңызды деп қабылданатынына да ықпал ететін күн тәртібін қалыптастырады.

Үшіншіден, mediatization теориясы қазақ тойының медиалық ортаға бейімделу үдерісін түсіндіруге мүмкіндік береді. Зерттеу барысында дәстүрдің цифрлық платформаларда қысқа бейне, визуалды материал және интерактивті контент түрінде ұсынылатыны анықталды. @qalamtarih парақшасының отау тойы, алып қашу дәстүрі және басқа да рәсімдерге арналған танымдық материалдары дәстүрдің цифрлық коммуникация форматына бейімделуін көрсетеді. Бұл жағдайда той дәстүрі тек медиада көрсетілетін нысан емес, медианың техникалық және коммуникациялық логикасына сәйкес қайта ұсынылатын мәдени тәжірибеге айналады.

Төртіншіден, representation теориясы тұрғысынан қазақ тойының медиадағы бейнесі дәстүрдің дайын күйіндегі көшірмесі емес екені байқалады. Медиамәтіндер мен цифрлық контент арқылы тойға белгілі бір мәдени, әлеуметтік, экономикалық және ұлттық мағына беріледі. Яғни медиа қазақ тойының қандай қыры көрерменге немесе оқырманға ұсынылатынын іріктеп, оны белгілі бір контекст ішінде түсіндіреді. Осы тұрғыдан алғанда, қазақ тойының медиалық репрезентациясы ұлттық мәдени кодтың қазіргі коммуникациялық кеңістікте қайта өндірілуінің бір формасы ретінде көрінеді.

Жалпы алғанда, төрт теорияны өзара байланыстыра қарастыру қазақ тойының медиадағы көрінісін кешенді түрде түсіндіруге мүмкіндік береді: agenda-setting оның қоғамдық күн тәртібіне шығуын, framing қандай мағынада ұсынылатынын, mediatization дәстүрдің медиа логикасына бейімделуін, ал representation оның медиада жаңа мәдени мағынамен қайта құрылуын түсіндіреді. Осы теориялық байланыс қазақ тойының қазіргі медиалық кеңістікте дәстүрлі мәдени мұра ғана емес, қоғамдық пікір, әлеуметтік талқылау, экономикалық қатынас және ұлттық бірегейлік мәселелері тоғысатын коммуникациялық феномен екенін көрсетеді.

Сонымен бірге зерттеу дәстүрлі және цифрлық медианың қазақ тойын ұсыну тәсілдерінде белгілі бір айырмашылық бар екенін көрсетті. Дәстүрлі басылымдарда ұлттық мұра, ағартушылық және әлеуметтік мәселелерге назар басым болса, цифрлық ортада дәстүрді визуалды, қысқа және интерактивті форматта ұсыну ерекшелігі байқалады. Ақпараттық агенттіктер мен интернет-порталдарда тойдың әлеуметтік және экономикалық қырлары да айқын көрінеді. Бұл айырмашылық қазақ тойының медиалық репрезентациясы платформаның коммуникациялық ерекшелігіне қарай өзгеретінін аңғартады. Осылайша, зерттеу мақсатына сәйкес қазақ той дәстүрінің қазіргі медиадағы репрезентациясының негізгі ерекшеліктері анықталды. Қазақ тойы медиада бір мезгілде мәдени мұра, ағартушылық нысан, әлеуметтік сын тақырыбы, экономикалық-коммерциялық құбылыс және ұлттық бірегейлікті білдіретін мәдени феномен ретінде ұсынылады. Оның медиадағы осындай көпқырлы көрінісі дәстүрдің қазіргі қоғамдағы қызметінің өзгеріп қана қоймай, коммуникациялық ортаға сәйкес жаңа мағыналармен толықтырылып отырғанын көрсетеді.

Зерттеудің эмпирикалық базасы шектеулі болғандықтан, алынған нәтижелер қазақ тойының барлық медиадағы репрезентациясын толық қамтиды деп тұжырымдауға

болмайды. Сондықтан алдағы зерттеулерде әлеуметтік желілердегі пайдаланушы жасаған контентті кеңірек қамту, TikTok және YouTube платформаларындағы контенттің таралу ерекшеліктерін қарастыру, сондай-ақ әртүрлі елдердің медиасындағы ұлттық дәстүрлердің репрезентациясын салыстырмалы түрде зерттеу өзекті бағыттар ретінде ұсынылады.

Алғыс айту, мүдделер қақтығысы

Авторлар зерттеу барысында мүдделер қақтығысы жоқ екенін мәлімдейді. Зерттеу арнайы қаржыландырусыз орындалды.

Авторлардың қосқан үлесі:

Жумабеков Е. – хат-хабар авторы, әдебиеттерге шолу жасап, ғылыми-теориялық мәліметтерді сұрыптау, тақырыптың мақсат-міндетін айқындау, жалпы ғылыми аппаратты басқару.

Қуантайұлы Н. – ғылыми тұжырымдар мен деректерді жинастыру, әдебиеттерді іріктеу, негізгі бөлімнің материалдарын жазу және редакциялау.

Тоқтарбек С. – шетелдік авторлардың пікірлерін аудару, материалдарды өңдеу, редакциялау.

Әдебиеттер тізімі

Адамс, М. (2003) Рефлексивное «я» и культура: критика. British Journal of Sociology, 221–238-бб.

Aqshamnews.kz (2025) Қазақ тойларында қандай салт-дәстүр ұмытылып барады? Этнограф әңгімесі. 25 шілде.

Артықбаев, Ж. (2025) Қазақтың той мәдениеті және бірегейлік (identity). Abai.kz, 24 желтоқсан.

Әліпбай, С. (2020) Той – халық қазынасы. Egemen Qazaqstan, 28 ақпан.

Байжанов, І. (2024) Қазақтың тойы ұлттық брендке айналуы тиіс. Әділет газеті, 30 мамыр.

Байқоңыров, С. (2024) Той жарысты тоқтат, қазақ! Abai.kz, 3 маусым.

Барманқұлов, М. (1980) Общность и специфика документальных жанров печати, телевидения, радиовещания: филология ғылымдарының докторы ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. Мәскеу, 370 б.

Couldry, N. and Hepp, A. (2013) Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. Communication Theory, 23(3), pp. 191–202. doi: https://doi.org/10.1111/comt.12019

Entman, R.M. (1993) Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), pp. 51–58. doi: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Есдәулет, Ұ. (2020) Той туралы ой. Egemen Qazaqstan, 24 тамыз.

Жандарбек, З. (2003) Тарих не дейді, ал Ескендір не дейді? Түркістан, 29 қаңтар, № 2, 6-б.

Hall, S. (1997) Representation: Cultural representations and signifying practices. London: Sage Publications.

Hjarvard, S. (2008) The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. Nordicom Review, 29(2), pp. 105–134.

Қазақтың тойы қалай өтеді? (2016) Қазақ газеттері, 2 қыркүйек.

Кенжеахмет, С. (1994) Қазақтың салт-дәстүрлері мен әдет-ғұрыптары. Алматы: Ана тілі, 114 б.

Қожакеев, Т. (1976) Сатиралық жанрлар. Алматы: Санат, 215 б.

Лаубаева, А. (2025) Той эволюциясы: Қазақтың тойы қалай өзгеріп жатыр? 4 тамыз.

McCombs, M.E. and Shaw, D.L. (1972) The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36(2), pp. 176–187. doi: https://doi.org/10.1086/267990

Мкртчян, Т.Ю. (2004) Политическое интервью как жанр дискурса СМИ. Вестник медиаисследований, 17, 15–22-бб.

Olcott, M.B. (1987) The Kazakhs. Stanford: Hoover Institution Press, 341 p.

Омашев, Н. (2005) Радиожурналистика: оқулық. Алматы: Экономика, 3-б.

Оразбекова, К. (2007) Салт-дәстүр – ұлт қазынасы, ата-баба сара жолы. Қазақстан Республикасы Ұлттық ғылым академиясының баяндамалары, 2, 154–170-бб.

Поляков, А. (2026) Сколько стоит организовать той в разных городах Казахстана. Kazinform, 5 шілде. Available at: https://www.inform.kz/ru/skolko-stoit-organizovat-toy-v-raznih-gorodah-kazahstana-f2025399 (қаралған күні: 15 қазан 2026).

Qalam Tarih (2025a) Алып қашу дәстүрі туралы танымдық бейнематериал. Instagram. Available at: https://www.instagram.com/qalamtarih/ (қаралған күні: 15 қазан 2026).

Qalam Tarih (2025b) Қазақта отау тойы қалай болған? Instagram. Available at: https://www.instagram.com/qalamtarih/ (қаралған күні: 15 қазан 2026).

Сақ, Қ. (2014) Алаш көсемсөзі: ұлттық идея. Астана: ЕҰУ баспасы, 135 б.

Табылдиев, Ә. (1992) Халық тағылымы. Алматы: Қазақ университеті.

Той туралы ой (2022) Қармақшы таңы, 12 сәуір.

Е. Жумабеков*[1], Н. Куантаев[2], С. Токтарбек[3]

Репрезентация казахской той-традиции в средствах массовой коммуникации

*[*1] Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан*
[2]Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан
[3] Казахский национальный педагогический университет им. Абая, Алматы, Казахстан

Аннотация. В статье рассматривается репрезентация казахской той-традиции в средствах массовой информации и цифровых медиа с позиций журналистики и медиаведения. Цель исследования – определить особенности освещения казахского тоя в печати, информационных агентствах, интернет-порталах и социальных сетях, а также выявить основные смысловые рамки его представления в публичном дискурсе.

Теоретическую основу составили концепции agenda-setting, framing, mediatization и representation. Эмпирическую базу образуют публикации Egemen Qazaqstan, Kazinform, Abai.kz, Aqshamnews.kz, Әділет, Қазақ газеттері, Қармақшы таңы и познавательный контент Instagram-страницы @qalamtarih.

На основе качественного контент-анализа и фрейм-анализа установлено, что казахский той репрезентируется в медиа через фреймы национального наследия, просвещения, социальной критики, экономико-коммерческого измерения и национальной идентичности. Результаты показывают, что казахский той в современной медиасреде

выступает не только этнографическим объектом, но и коммуникационным феноменом, формирующим общественное мнение, воспроизводящим культурный код и получающим новые значения в цифровом пространстве. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов при разработке медиаконтента, посвящённого национальной культуре, при фреймовом анализе журналистских материалов, а также при представлении казахских традиций на цифровых платформах в познавательном и современном формате.

Ключевые слова: журналистика, медиаведение, казахский той, репрезентация, фрейминг, цифровые медиа, национальная идентичность.

Y. Zhumabekov[1]* , N. Kuantayev[2], S. Tokhtarbek[3]

[1] Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan
[2] L. N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan
[3] Abai University, Almaty, Kazakhstan

Representation of Kazakh Party Traditions in Mass Media and Digital Media

Abstract. This article examines the representation of Kazakh toy traditions in mass media and digital media from the perspective of journalism and media studies. The purpose of the study is to identify how Kazakh toy traditions are presented in the press, news agencies, online media and social networks, and to reveal the dominant meaning structures of this representation in public discourse.

The theoretical framework is based on agenda-setting, framing, mediatization and representation theories. The empirical material includes publications from Egemen Qazaqstan, Kazinform, Abai.kz, Aqshamnews.kz, Adilet, Kazakh gazetteri, Karmakshy tany, and educational content from the Instagram page @qalamtarih. Using qualitative content analysis and frame analysis, the study identifies several key frames: national heritage, educational interpretation, social criticism, economic/commercial framing and national identity.

The findings demonstrate that Kazakh toy traditions in contemporary media are not only an ethnographic object but also a communicative phenomenon that reproduces national cultural codes, shapes public opinion and acquires new meanings in the digital environment. The practical significance of the study lies in the possibility of using the findings in developing media content related to national culture, conducting frame-based analysis of journalistic materials, and presenting Kazakh traditions on digital platforms in an educational and contemporary format.

Keywords: journalism, media studies, Kazakh party, representation, framing, digital media, national identity

References

Adams, M. (2003) 'The reflexive self and culture: A critique', British Journal of Sociology, pp. 221–238.

Alipbai, S. (2020) 'Toi – halyq qazynasy' [Toy is the treasure of the people], Egemen Qazaqstan, 28 February. [in Kazakh].

Aqshamnews.kz (2025) 'Qazaq toiylarynda qandai salt-dastur umytylyp barady? Etnograf

angimesi' [Which traditions are being forgotten at Kazakh celebrations? An ethnographer's account], 25 July. [in Kazakh].

Artykbayev, Zh. (2025) 'Qazaqtyn toi madenieti zhane biregeilik (identity)' [Kazakh toy culture and identity], Abai.kz, 24 December. [in Kazakh].

Baikonurov, S. (2024) 'Toi zharysty toqtat, qazaq!' [Stop competing in toy, Kazakh!], Abai.kz, 3 June. [in Kazakh].

Baizhanov, I. (2024) 'Qazaqtyn toiy ulttyq brendke ainaluy tiis' [The Kazakh toy should become a national brand], Adilet gazeti, 30 May. [in Kazakh].

Barmankulov, M. (1980) Obshchnost i spetsifika dokumentalnykh zhanrov pechati, televideniya, radioveshchaniya [Commonality and specificity of documentary genres in the press, television and radio]. Doctoral dissertation. Moscow, 370 p. [in Russian].

Couldry, N. and Hepp, A. (2013) 'Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments', Communication Theory, 23(3), pp. 191–202. doi: https://doi.org/10.1111/comt.12019

Entman, R.M. (1993) 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm', Journal of Communication, 43(4), pp. 51–58. doi: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Esdaulet, U. (2020) 'Toi turaly oi' [Thoughts about toy], Egemen Qazaqstan, 24 August. [in Kazakh].

Hall, S. (1997) Representation: Cultural representations and signifying practices. London: Sage Publications.

Hjarvard, S. (2008) 'The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change', Nordicom Review, 29(2), pp. 105–134.

Kazakhtyn toiy qalai otedi? [How is a Kazakh toy held?] (2016) Kazakh gazetteri, 2 September. [in Kazakh].

Kenzheakhmet, S. (1994) Qazaqtyn salt-dasturleri men adet-guryptary [Kazakh traditions and customs]. Almaty: Ana tili, 114 p. [in Kazakh].

Kozhakeev, T. (1976) Satiralyq zhanrlar [Satirical genres]. Almaty: Sanat, 215 p. [in Kazakh].

Laubayeva, A. (2025) 'Toi evolyutsiyasy: Qazaqtyn toiy qalai ozgerip zhatyr?' [Toy evolution: How is the Kazakh toy changing?], 4 August. [in Kazakh].

McCombs, M.E. and Shaw, D.L. (1972) 'The agenda-setting function of mass media', Public Opinion Quarterly, 36(2), pp. 176–187. doi: https://doi.org/10.1086/267990

Mkrtchyan, T.Yu. (2004) 'Politicheskoe interv'yu kak zhanr diskursa SMI' [The political interview as a genre of media discourse], Vestnik mediaissledovaniy, 17, pp. 15–22. [in Russian].

Olcott, M.B. (1987) The Kazakhs. Stanford: Hoover Institution Press, 341 p.

Omashev, N. (2005) Radiozhurnalistika: oqulyq [Radio journalism: Textbook]. Almaty: Ekonomika, p. 3. [in Kazakh].

Orazbekova, K. (2007) 'Salt-dastur – ult qazynasy, ata-baba sara zholy' [Tradition is the nation's treasure and the ancestral path], Reports of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, 2, pp. 154–170. [in Kazakh].

Polyakov, A. (2026) 'Skol'ko stoit organizovat' toy v raznykh gorodakh Kazakhstana' [How much does it cost to organise a toy in different cities of Kazakhstan?], Kazinform, 5 July. Available at: https://www.inform.kz/ru/skolko-stoit-organizovat-toy-v-raznih-gorodah-kazahstana-f2025399 (Accessed: 15 October 2026). [in Russian].

Qalam Tarih (2025a) 'Alyp qashu dasturi turaly tanymdyq beinematerial' [Educational video about the alyp qashu tradition], Instagram. Available at: https://www.instagram.com/qalamtarih/ (Accessed: 15 October 2026). [in Kazakh].

Qalam Tarih (2025b) 'Qazaqta otau toiy qalai bolgan?' [How was the otau toy celebrated among Kazakhs?], Instagram. Available at: https://www.instagram.com/qalamtarih/ (Accessed: 15 October 2026). [in Kazakh].

Sak, Q. (2014) Alash kosemsozi: ulttyq idea [Alash journalism: The national idea]. Astana: ENU Publishing House, 135 p. [in Kazakh].

Tabyldiev, A. (1992) Halyq tagylymy [Folk wisdom]. Almaty: Kazakh University. [in Kazakh].

Toi turaly oi [Thoughts about toy] (2022) Karmakshy tany, 12 April. [in Kazakh].

Zhandarbek, Z. (2003) 'Tarih ne deidi, al Eskendir ne deidi?' [What does history say, and what does Eskendir say?], Turkistan, 29 January, 2, p. 6. [in Kazakh].

Авторлар туралы мәлімет

Жумабеков Е. – хат-хабар авторы, PhD, аға оқытушы, Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, әл-Фараби даңғылы, 71, 050040, Алматы, Қазақстан.

Қуантаев Н. – филология ғылымдарының кандидаты, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебінің директоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қажымұқан көшесі, 13, 010008, Астана, Қазақстан.

Тоқтарбек С. – магистр, аға оқытушы, қытай тілі және қытай тану кафедрасы, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Достық даңғылы, 13, 050010, Алматы, Қазақстан.

Сведения об авторах

Жумабеков Е. – автор для корреспонденции, PhD, старший преподаватель кафедры печати и электронных СМИ Казахского национального университета им. аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050040, Алматы, Казахстан.

Куантаев Н. – кандидат филологических наук, директор Высшей школы журналистики и социальных наук Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, улица Кажымукана, 13, 010008, Астана, Казахстан.

Токтарбек С. – магистр, старший преподаватель кафедры китайского языка и китаеведения Казахского национального педагогического университета им. Абая, проспект Достык, 13, 050010, Алматы, Казахстан.

Information about the authors

Zhumabekov E. – corresponding author, PhD, Senior Lecturer, Department of Printing and Electronic Mass Media, Al-Farabi Kazakh National University, Al-Farabi Avenue, 71, 050040, Almaty, Kazakhstan.

Kuantayev N. – PhD in Philology, Director of the Graduate School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazymuqan Street, 13, 010008, Astana, Kazakhstan.

Toktarbek S. – Master of Science, Senior Lecturer, Department of Chinese Language and Sinology, Abay Kazakh National Pedagogical University, Dostyk Avenue, 13, 050010, Almaty, Kazakhstan.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ/ СМИ И ОБЩЕСТВО / MEDIA AND SOCIETY

ХҒТАР 19.01.11
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-64-82

Жасанды интеллект жүйелеріндегі қазақ тілі: мәдени контекст және цифрлық даму мәселелері

Ұ.М. Есенбекова*[1], Н.Д. Стамбекова[2], Ы.Д. Егембердиев[3]

[1,2]Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Астана
[3]Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы

*(E-mail: [1]*ultmudde@mail.ru, [2]nazymstambekova@gmail.com, [3]iskak_khabar@mail.ru)*

Аңдатпа. Зерттеу мақаласында жасанды интеллект жүйелерінің қазақ тілі мен ұлт мәдениетін дамытуға ықпалы талданды. Қазақ тіліндегі ЖИ жүйелерінің грамматикалық, семантикалық және мәдени сапасына баға берілді. Сауалнама, салыстырмалы аударма және мәтіндік талдау нәтижелері ЖИ жүйелерінде қазақ тіліндегі деректер қорының жеткіліксіздігін көрсетті. Қарастырылған аудармаларда тілдік сәйкессіздіктер мен мәдени контекстің ішінара жоғалуы байқалды.

Методологиялық тұрғыда зерттеу жұмысы Стиг Хьярвард (Stig Hjarvard) пен Андреас Хепптің (Andreas Hepp) медиатизация, Элиху Кац (Elihu Katz) және Джей Блумлердің (Jay G. Blumler) пайдалану, қанағаттану теорияларына сүйенеді. Аталған теориялар ЖИ жүйелерін қазіргі медиамәдени кеңістіктің маңызды бөлігі ретінде қарастырып, тілдің цифрлық ортадағы рөлін түсіндіруге мүмкіндік береді. Қанағаттану теориясы ЖИ технологияларының қоғамдық ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандырудағы орнын көрсетеді.

Зерттеу нәтижелері негізінде авторлар қазақ тілін цифрлық ортада дамыту үшін ұлттық тіл корпустарын кеңейтуді, IT және лингвистика салаларының өзара байланысын нығайтуды, білім беру жүйесінде цифрлық тіл мәдениеті пәндерін енгізуді ұсынады. Бұл бағыттар жүзеге асқан жағдайда қазақ тілі тек ұлттық мұра емес, сонымен қатар заманауи технологияларда дамитын, бәсекеге қабілетті тілге айналатыны туралы тұжырым жасалады.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, машина аудармасы, тіл корпусы, мәдени контекст, медиатизация.

Кіріспе

Цифрлық орта жасанды интеллект жүйелерінің қоғамдық қарым-қатынастарға еркін енуіне ыңғайлы ережелер жасауда. Адамзаттың жаңа технологияны ойлап тауып, игеріп, игілігін көруі қуантарлық жағдай. Бірақ цифрлық технология мен жасанды интеллектің

Түсті: 4.09.2026; Мақұлданды: 26.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы үшін**

қарқынды дамуына бейімделу де үлкен проблемалар туғызуда. Жаһанды өзгертіп жатқан технологиядан Қазақстанның қалыс қалмайтыны анық. Ел алдында тұрған мақсат – тіліміздің цифрлық кеңістікте өркендету болып отыр.

Мемлекет басшысы да озық технологияларды қазақ тілінде сөйлетуді стратегиялық міндет етіп қойды. Өйткені жасанды интеллект жүйелері мемлекеттік басқару мен экономикалық өсімге, ғылым, білім мен мәдени дамуға ықпал етуде. Тіл мен мәдениеттің дамуына ЖИ құралдары үлкен серпін беріп отыр. Аударма жасауға, шығармашылыққа, мәтін жазуға, тіл үйренуге жаңа технология зор мүмкіндік ұсынуда. Бұл құбылысты медиатизация теориясының аясында да қарастырған жөн. Себебі медиа мен технология тілдің қолданысын, формасын өзгеріске ұшыратады. Ал қазақ тілінің болмысы мен қалпын бұзбай, сақтап қалуына осы технология көмектесе ала ма? Бұл жерде ғылыми, тәжірибелік түйткілдердің туындайтыны сөзсіз.

Жасанды интеллект ұғымын да, бағдарламалық құралдарын да 1950 жылдары алғаш рет американдық ғалымдар ойлап тауып, жасап шығарған. Бастапқыда бұл технология батыс елдерінде дамып, ағылшын тілі негізінде жасалды. Сондықтан аймақтық тілдерді бағдарламаға енгізу бірқатар мәселелер туындатып келеді. Оның үстіне жасанды интеллект ең алдымен тілдік деректерге сүйенеді. Белгілі бір тілде жеткілікті дерек болмаса, ол тіл жасанды интеллект жүйелерінде толық бейнеленбейді. Аз қолданылатын тілдерде дерек шағын болғандықтан, бұл тілдердегі аударма да, мәтін де сапасыз болады.

Бүгінгі цифрлық технологиядағы ілгерілеушіліктің ана тіліміз бен төл мәдениетіміздің дамуындағы іркілістерге әкелетін тұстары да бар. ChatGPT, Google Translate, DeepL сияқты тілдік модельдер мен аударма жүйелері адамдардың қарым-қатынасын жеңілдетері анық. Бірақ қазақ тілінің терең мағынасын ұғыну, түсіндіру, аудару ЖИ-дің қолынан келмеуі мүмкін. Бұндай кемшіліктер Google Translate аудармаларында жиі байқалады. Егер бұндай үдерістерді бақылаусыз жіберсек, бай, көркем әдеби тіліміздің жұтаңдатып, технология тіліне айналдырып жіберу қаупі туындайды. Оның салдары онсыз да мемлекеттік тілді дамытып, қолданысын кеңейте алмай отырған ұлт үшін үлкен соққы екені рас (Qazcorpora, 2025).

Ян Лекун өзінің How the Machine Learns атты еңбегінде машиналық оқыту жүйелерінің адам миының жұмыс принципіне ұқсастығын айтады. Оның пікірінше, жасанды интеллект тіл мен ақпаратты талдауда үлкен жетістікке жеткенімен, мағыналық және мәдени контексті түсінуде әлі де шектеулі. Сондықтан адам жаңа тілді қалай меңгерсе, ЖИ жүйелеріне де қазақ тіліндегі деректер базасын ауқымды түрде енгізіп, тілдің грамматикалық және семантикалық ерекшеліктерін қамтып, ереже-заңдылықтарға бейімдеу қажет. Бұл бағытта отандық IT мамандары мен тіл мамандарының бірлескен жұмысы қажет (LeCun, 2023).

Осы зерттеу жұмысында жасанды интеллектің қазақ тілі мен мәдениетке ықпалы тек теориялық тұрғыда емес, тәжірибелік әдістер арқылы да талданды. Зерттеуде ЖИ жүйелеріндегі қазақ тілінің қолданылу сапасын анықтау үшін бірқатар тәжірибелер жүргізілді. Атап айтқанда:

- әртүрлі ЖИ құралдарының аударма сапасы салыстырылып, дәлдігі талданды (қазақша – орысша – қазақша мәтін аудармаларын сарапқа салу);

- морфологиялық талдау жүргізілді (ЖИ жүйелерінің қазақ тілінің грамматикасын дұрыс түсінуі тексеріледі);

- көркем әдебиеттің мағынасын тексеру (көркем әдебиеттен үзінді жазылып, ЖИ-дің түсіну деңгейі бағаланады).

Осындай тәжірибелер зерттеудің ғылыми негізін нақты мысалдармен толықтырып, негізгі проблемаларды айқын көрсетіп берді.

Жасанды интеллектің қазақ тілі мен ұлттық мәдениетке ықпалы сауалнама жүргізу арқылы сарапталды. Сауалнама көмегімен қоғамның жасанды интеллектке деген көзқарасын, қазақ тіліндегі ЖИ жүйелерін пайдалану деңгейі мен олардың сапасы талданды. Сауалнама нәтижелері қазақ тілін цифрлық ортада дамытуға кедергі болып тұрған негізгі мәселелерді айқындап, оларды шешу жолдарын ұсынуға мүмкіндік берді. Сауалнамаға студенттер, оқытушылар, IT және филология мамандары, сондай-ақ ЖИ құралдарын күнделікті қолданатын пайдаланушылар қатысты. Сұрақтар қазақ тіліндегі жасанды интеллект жүйелерінің қолданысын, аударма сапасы мен мәдени ұғымдарды жеткізу дәлдігін қамтыды. Әлеуметтік сауалнама тәсілі зерттеудің ғылыми өзегін нақты деректермен толықтырып, теориялық тұжырымдарды тәжірибемен ұштастыруға мүмкіндік береді.

Жасанды интеллект жүйелеріндегі қазақ тілінің сапасын арттыру тек технологиялық емес, ұлттық деңгейдегі маңызды міндет. Тілдің цифрлық ортада белсенді, ауқымды және дұрыс қолданылуы оның өміршеңдігін арттырады. Қазақ тілі заманауи жүйелерге толық бейімделмесе, болашақ ұрпақтың ана тілінде ақпарат іздеу, оқу немесе жазу мүмкіндігі шектеледі. Қазақ тілін цифрлық кеңістікке дұрыс енгізу – елдің мәдени тұтастығы мен тілдік тәуелсіздігін қамтамасыз етудің бірден бір кепілі. Бұл бағытта мемлекеттік қолдаумен арнайы тілдік деректер базасын құру, қазақ тіліндегі қолданбаларды көбейту және білім беру саласында цифрлық сауаттылықты арттыру маңызды.

Зерттеудің мақсаты – жасанды интеллект жүйелерін тіл мен мәдениетті дамыту саласында қолдану мүмкіндіктері мен проблемаларын талдау және оларды шешу жолдарын ұсыну. Зерттеу нысаны – ЖИ-дің тіл мен мәдениетке ықпалы, ЖИ технологияларын қолдану барысында туындайтын, тілдік, мәдени, этикалық мәселелер.

ЖИ технологиялары бұқаралық коммуникация құралдарын түбегейлі өзгерте бастады. Бүгінде ақпараттық порталдар, жаңалық тарататын агенттіктер мәтіндерін, тақырыптарын, тіпті қысқаша шолуларды ЖИ құралдарымен дайындайды. Бұндай жағдайда тілдің дұрыс қолданылуы, стильдің бірізділігі мен мағыналық нақтылық ерекше маңызға ие. Себебі жасанды интеллектің тілдік қателері мен сапасыз аудармалары ақпараттың бұрмалануына, ана тілдің дамуының тежелуіне әкелері анық. Бұл оқырмандардың білімін көтеріп, сауатын арттыруы тиіс медиа құралдардың халыққа кері әсерін күшейтеді.

Әдебиетке шолу

Жасанды интеллект жүйелерінің тіл мен мәдениетке ықпалын зерттеу қазіргі медиакоммуникация, цифрлық лингвистика және машина этикасы салаларындағы маңызды ғылыми бағыттардың біріне айналды. Бұл, әсіресе, цифрлық ортада дерек қоры шектеулі, морфологиялық құрылымы күрделі және мәдени-тілдік контексті терең тілдер үшін өзекті. Қазақ тілі дәл осындай тілдердің қатарына жатады. ЖИ жүйелеріндегі қазақ тілінің сапасын талдауды тек технологиялық мәселе емес, ұлттық тілдің цифрлық өміршеңдігі мен мәдени тұтастығын сақтауға байланысты ғылыми проблема ретінде қарастыру керек.

Бұл зерттеудің теориялық негізін медиатизация теориясы, пайдалану мен қанағаттану теориясы құрайды. С. Хьярвард медиатизацияны қоғам мен мәдениеттің медиа логикасына тәуелді болу үдерісі түрінде сипаттайды. Оның тұжырымы

бойынша, медиа тек ақпарат жеткізуші құрал емес, әлеуметтік институттардың, мәдени тәжірибелердің және күнделікті коммуникацияның құрылымын өзгертетін күшке айналуда. А. Хепп медиатизацияны мәдени өзгерістермен байланыстырып, қазіргі қоғамдағы коммуникациялық тәжірибелердің технологиялық жүйелер арқылы қайта қалыптасатынын көрсетеді. Осы тұрғыдан алғанда, ЖИ жүйелері қазіргі медиатизацияның жаңа кезеңін айқындайды. Өйткені олар мәтінді таратып қана қоймай, оны автоматты түрде өңдейді, ықшамдайды, аударады және қайта құрастырады (Hjarvard, 2013; Hepp, 2013; Naveen, 2024).

Пайдалану мен қанағаттану теориясы да жасанды интеллект құралдарын түсіндіруде маңызды. Э. Кац, Дж. Блумлер және М. Гуревич аудиторияның медиа құралдарды белгілі бір ақпараттық, танымдық және практикалық қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін пайдаланатынын дәлелдеген. Қазіргі жағдайда ChatGPT, Google Translate, DeepL және басқа да ЖИ жүйелерін пайдаланушылар жылдам аударма жасау, мәтін жазу, тіл үйрену және шығармашылық контент дайындау үшін қолдануда. Бұл жерде басты мәселе – қолжетімділік пен сапаның арақатынасына келіп тіреледі. ЖИ құралы мәтінді жылдам ұсынғанымен, оның грамматикалық дұрыстығы, мағыналық дәлдігі және мәдени контексті жеткізу қабілеті әрдайым жоғары бола бермейді (Katz et al., 1973).

Халықаралық зерттеулерде жасанды интеллект жүйелерінің көптілді ортадағы мүмкіндіктері мен шектеулері кеңінен талқылануда. ЮНЕСКО генеративті жасанды интеллекті білім мен зерттеу саласында қолдану кезінде адамға бағытталған қағидаттарды, мәдени әртүрлілікті және тілдік инклюзияны сақтаудың маңызын атап өтеді. Бұл тұжырым қазақ тілінің цифрлық ортадағы болашағына да тікелей қатысты. Өйткені тілдік әртүрлілік ескерілмеген жағдайда ЖИ жүйелері ірі тілдердің құрылымын басым көрсетіп, шағын әрі дерек қоры шектеулі тілдердің ерекшеліктерін толық қамтымауы мүмкін (Miao & Holmes, 2023).

Машина аудармасы мен көптілді модельдерге арналған соңғы зерттеулер де осы мәселені растайды. W. Zhu және әріптестері ірі тілдік модельдердің көптілді аудармада үлкен әлеуеті бар екенін көрсеткенімен, төмен ресурсты тілдерде олардың нәтижесі тұрақты емес екенін атап өтеді. Машина аудармасындағы басты қиындықтардың бірі – контексті, көпмағыналы сөздерді, идиомаларды, мәдени реңктерді және салалық терминдерді дәл жеткізу. Бұл қазақ тілі үшін ерекше маңызды. Себебі қазақ тіліндегі мақал-мәтелдер, тұрақты тіркестер, көркем мәтіндер мен ұлттық ұғымдар сөзбе-сөз аударма арқылы толық ашылмайды. Ұсынылған зерттеу жұмысы да осы проблеманы нақты мысалдармен ашып берді (Zhu et al., 2024; Russell, & Norvig, 2021).

Қазақ тілін табиғи тілді өңдеу жүйелеріне енгізу бағытында соңғы жылдары бірқатар маңызды зерттеулер жүргізілді. Қазақ тілінің ұлттық корпусы мен оның субкорпустары қазақ тіліндегі мәтіндерді жинақтау, жүйелеу, аннотациялау және ғылыми талдау үшін маңызды база қалыптастыра бастады. Бұндай корпустар тілдің сөздік қорын, грамматикалық құрылымын, стильдік ерекшеліктерін және нақты қолданыстағы мағыналық реңктерін зерттеуге көмектеседі. ЖИ жүйелерінің сапасы оқытуға берілетін деректердің көлемі мен сапасына тәуелді болғандықтан, ұлттық тіл корпустарын кеңейту қазақ тіліндегі жасанды интеллект жүйелерін дамытудағы негізгі шарттардың біріне айналды.

Қазақ тіліндегі арнайы ЖИ модельдері мен деректер жиынтықтары да қалыптасып келеді. Мысалы, Small Kazakh Language Corpus жобасы қазақ тіліндегі мәтіндерді жинақтап, көптілді NLP жүйелерінің тиімділігін арттыруды мақсат етеді. Astana IT

University мен Назарбаев университетінің ғалымдарының бірлескен зерттеуі тілге бейімделген корпус арқылы XLM-RoBERTa сияқты көптілді модельдердің нәтижесін жақсартуға болатынын көрсетті. Ал KazQAD деректер жиынтығы қазақ тіліндегі ашық доменді сұрақ-жауап жүйелерін дамытуға бағытталған. KazMMLU деректер жиынтығы қазақ, орыс және Қазақстанға қатысты аймақтық білім бойынша тілдік модельдерді бағалауға арналған. Бұл жұмыстар қазақ тіліндегі ЖИ жүйелерін тек аударма құралы ретінде емес, білім, мәдениет, мемлекеттік басқару және қоғамдық коммуникация салаларында қолдануға болатын кешенді технология ретінде дамытуға жол ашады (Togmanov et al., 2025; Yessenbekova et al., 2024).

Назарбаев университетінде іске асырылған ISSAI KAZ-LLM жобасы Қазақстанның ұлттық тілдік моделін қалыптастыру бағытындағы маңызды қадам ретінде бағаланады. Бұл модель қазақ, орыс, ағылшын және түрік тілдерінде контент генерациялауға бейімделген. Және Қазақстанның көптілді, көпмәдениетті жағдайын ескереді. Бұндай ұлттық модельдердің пайда болуы қазақ тілінің ЖИ жүйелеріндегі қолданысын күшейткенімен, оларды тұрақты дамыту, деректерді жаңарту, мәдени контексті тереңдету және тіл мамандарының сараптамасын енгізу әлі де өзекті болып қалуда (Tleubayeva et al., 2025; Borisov et al., 2025).

Қазақ тілінің морфологиялық ерекшеліктері де ЖИ жүйелерін дамытуда маңызды фактор саналады. Қазақ тілі жалғамалы тіл болғандықтан, бір сөздің құрамында бірнеше морфема, септік, көптік, тәуелдік, шақ және жақ көрсеткіштері қатар беріледі. Сондықтан автоматты морфологиялық талдау, сөздерді дұрыс бөлу, лемматизация және грамматикалық мағынаны анықтау күрделі міндет болып қалуда. Қазақ тіліндегі мәтінді автоматты түзетуге арналған гибридті ЖИ архитектуралары туралы зерттеулер ережеге негізделген әдістер мен нейрондық модельдерді ұштастырудың тиімді екенін көрсетеді. Бұл бағыт қазақ тіліндегі грамматикалық қателерді азайту, машина аудармасын жақсарту және мәтін сапасын арттыру үшін маңызды (Yeshpanov et al., 2023).

Осы әдебиеттерді талдау негізінде бірнеше ғылыми қорытынды жасауға болады. Біріншіден, жасанды интеллект жүйелері тілдік коммуникацияны жылдамдатып, мәтін жасау мен аударманы жеңілдетеді. Екіншіден, қазақ тілі сияқты қолданушысы аз, дерек қоры шектеулі тілдерде ЖИ жүйелерінің сапасы ұлттық корпустардың көлеміне, аннотация сапасына және мәдени деректердің қамтылуына тікелей байланысты. Үшіншіден, қазіргі зерттеулердің басым бөлігі техникалық модельдер мен деректер жиынтықтарына бағытталған. Әдебиетке шолуда қарастырылған еңбектер бойынша қазақ тіліндегі автоматты аударманың редакциялық сапасы мен мәдени ерекшеліктердің сақталуын өзара байланыстыра талдау қажеттігі байқалады. Авторлардың мақсаты – пайдаланушылар пікірлерін нақты аударма мысалдарымен ұштастырып, редакторлық тексеруді қажет ететін тұстарды көрсету болды.

Зерттеу әдістемесі

Зерттеу әдістемесі сапалық және сандық тәсілдерді ұштастырған аралас әдіске негізделді. Бұндай әдіс жасанды интеллект жүйелеріндегі қазақ тілінің қолданылу сапасын тек теориялық тұрғыдан емес, нақты тәжірибелік материалдар мен пайдаланушылардың пікірлері арқылы кешенді бағалауға мүмкіндік берді.

Зерттеу дизайны үш негізгі бағыттан тұрады. Біріншіден, қазақ тіліндегі жасанды интеллект жүйелерін қолдану тәжірибесін анықтау мақсатында сауалнама жүргізілді; екіншіден, машина аудармасының сапасын бағалау үшін салыстырмалы аударма талдауы

жасалды; үшіншіден, қазақ тіліндегі көркем және ақпараттық мәтіндердің жасанды интеллект жүйелері арқылы өңделу сапасы мәтіндік, семантикалық және мәдени талдау әдістері арқылы сарапталды.

Зерттеу барысында дерек жинаудың негізгі құралдарының бірі ретінде онлайн сауалнама қолданылды. Сауалнама 2025 жылдың қазан айында Google Forms платформасы арқылы жүргізілді. Респонденттер мақсатты іріктеу әдісімен таңдалды. Сауалнамаға тіл, медиа, білім беру және ақпараттық технология саласына қатысы бар студенттер, оқытушылар, журналистер, редакторлар мен IT саласының мамандары, сондай-ақ жасанды интеллект құралдарын күнделікті қолданатын пайдаланушылар тартылды.

Сауалнама сұрақтары бірнеше тақырыптық блокқа бөлінді. Бірінші блокта респонденттердің әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары мен тілдік профилі анықталды. Екінші блокта жасанды интеллект жүйелерін қолдану жиілігі мен қолдану мақсаты қарастырылды. Үшінші блок қазақ тіліндегі жасанды интеллект құралдарының сапасын бағалауға арналды. Бұл бөлімде респонденттер аударма сапасы, грамматикалық дұрыстық, мағыналық дәлдік және мәдени контекстің сақталуы сияқты өлшемдер бойынша өз тәжірибесін көрсетті. Төртінші блокта қазақ тілін цифрлық ортада дамыту үшін қажетті ұсыныстар мен шешу жолдары жинақталды.

Сандық деректер сипаттамалық статистика әдісі арқылы өңделді. Респонденттердің жауаптары пайыздық көрсеткіштер арқылы жүйеленіп, жасанды интеллект құралдарын қолдану жиілігі мен қолдану мақсаты, қазақ тілінің сапасын арттыруға қатысты ұсыныстары талданды. Бұл әдіс қазақ тіліндегі ЖИ жүйелеріне қатысты негізгі мәселелерді анықтауға мүмкіндік берді.

Зерттеудің екінші кезеңінде салыстырмалы аударма талдауы жүргізілді. Бұл әдіс жасанды интеллект жүйелерінің қазақ тіліндегі грамматикалық, семантикалық және стильдік сапасын бағалау үшін қолданылды. Талдау барысында орыс тілінен қазақ тіліне және қазақ тілінен орыс тіліне аударылған мәтіндер салыстырылды. Аударма сапасын бағалау үшін ChatGPT 4 және Google Translate жүйелерінің нәтижелері қарастырылды. Бұл құралдар таңдалуының себебі – олардың көпшілік арасында кең таралуы және күнделікті аударма, мәтін жазу, ақпарат іздеу тәжірибесінде жиі қолданылуы болды.

Бұл жерде ChatGPT – үлкен тілдік модельге негізделген генеративті жүйе, ал Google Translate – машина аудармасына арналған сервис. Бұл зерттеуде олардың технологиялық құрылымы емес, бірдей мәтіндерді аудару нәтижелері салыстырылды. Аударма тәжірибесі 2025 жылдың 10-шы желтоқсанында жүргізілді. OpenAI әзірлеген ChatGPT 4 және Google Translate веб-сервисі пайдаланылды; қолжетімділік күні 2025 жылдың 10-шы желтоқсаны. ChatGPT-ге берілген нұсқаулық: «Мына мәтінді қазақшаға аудар». Әр мәтін бойынша алынған 2 жауап талданды. Талдауға бір жаңалық сөйлемі мен Абайдың он сегізінші қара сөзінен бір үзінді алынды. Екі жүйеден барлығы төрт аударма қарастырылды. Бұл материалдар жекелеген қателерді сипаттауға мүмкіндік береді, бірақ жүйелердің жалпы сапасын бағалауға жеткіліксіз.

Аударма мәтіндері бірнеше өлшем бойынша талданды. Біріншіден, грамматикалық дұрыстық бағаланды, яғни септік жалғауларының дұрыс қолданылуы, сөйлем құрылымы, сөздердің байланысуы және синтаксистік үйлесімділігі қарастырылды. Екіншіден, семантикалық дәлдік тексерілді, түпнұсқа мәтіндегі негізгі мағына аудармада қаншалықты сақталғаны тексерілді. Үшіншіден, стильдік сәйкестік бағаланды. Бұл өлшем аударманың қазақ тілінің табиғи қолданысына, журналистік немесе әдеби стиль

нормаларына қаншалықты сәйкес келетінін анықтауға көмектесті. Төртіншіден, мәдени контекстің берілуі қарастырылды. Бұнда ұлттық ұғымдар, тұрақты тіркестер, астарлы мағына, ирония және көркемдік реңктердің сақталу деңгейі сарапталды.

Бағалауды мақала авторлары сапалық талдау арқылы жүргізді. Балдық шкала қолданылмады. Түпнұсқа мен аударма салыстырылып, грамматикалық, мағыналық, стильдік және мәдени сәйкессіздіктер нақты үзінділермен сипатталды. Тәуелсіз бағалаушылар қатыспағандықтан, авторлық пайымның субъективтілігі зерттеудің шектеуі болып саналады.

Зерттеудің үшінші кезеңінде мәтіндік және семантикалық талдау әдісі қолданылды. Бұл әдіс жасанды интеллект жүйелерінің қазақ тіліндегі күрделі мәтіндерді, әсіресе көркем әдебиет үзінділерін түсіну және аудару қабілетін бағалауға бағытталды. Талдау материалы ретінде Абай Құнанбайұлының қара сөзінен алынған үзінді пайдаланылды. Бұл мәтіннің таңдалуы да кездейсоқ емес. Себебі Абайдың қара сөздерінде философиялық ой, ұлттық дүниетаным, ирония, астарлы мағына және бейнелі тіл кеңінен қолданылады. Сондықтан бұндай мәтін жасанды интеллект жүйелерінің тек сөздік деңгейдегі аударма жасауын емес, мәдени және мағыналық қабатты түсіну қабілетін бағалау үшін таңдалды.

Мәтіндік талдау барысында түпнұсқа мен жасанды интеллект жүйелері ұсынған аудармалар салыстырылып, мағыналық жоғалтулар, сөзбе-сөз аударма, калька, стильдік жұтаңдау және мәдени реңктің бұрмалануы анықталды. Бұл талдау қазақ тіліндегі көркем мәтіндердің жасанды интеллект жүйелерінде толық әрі дәл берілуі үшін тек тілдік дерек қоры ғана емес, мәдени және әдеби контексті қамтитын сапалы корпус қажет екенін көрсетіп берді.

Зерттеудің теориялық интерпретациясы медиатизация теориясы және пайдалану мен қанағаттану теориясы негізінде жасалды. Медиатизация теориясы арқылы жасанды интеллект жүйелерінің тілдік коммуникацияны қалай өзгертетіні, мәтін өндіру мен тілдік нормаларды цифрлық медиа логикасына қалай бейімдейтіні түсіндірілді. Ал пайдалану мен қанағаттану теориясы жасанды интеллект құралдарының пайдаланушылардың ақпараттық, танымдық және практикалық қажеттіліктерін қаншалықты қанағаттандыратынын бағалауға қолданылды. Осы екі теориялық бағыт зерттеу нәтижелерін тек техникалық проблема ретінде емес, медиамәдени және әлеуметтік құбылыс ретінде қарастыруға негіз болды.

Бұл мақалада зерттеу этикасы да толық ескерілді. Сауалнамаға қатысу ерікті түрде жүргізілді, респонденттердің жеке деректері жарияланбады және жауаптар тек ғылыми талдау мақсатында пайдаланылды. Осылайша зерттеу деректерінің құпиялылығы сақталып, қатысушылардың құқықтары қорғалды.

Зерттеудің шектеулері де болды. Зерттеуге 79 респондент қатысқандықтан, сауалнама нәтижелері тұтастай қоғамның пікірін білдірмейді. Аударма мысалдарының шектеулі саны да жүйелердің жалпы сапасын немесе бірінің екіншісінен тұрақты артықшылығын анықтауға жеткіліксіз. Нәтижелер тек зерттелген мәтіндерге және тәжірибе жүргізілген кездегі жүйе нұсқаларына ғана қатысты.

Осылайша зерттеу әдіснамасы қазақ тіліндегі ЖИ жүйелерінің сапасын жан-жақты бағалауға ұшталды. Сауалнама пайдаланушылардың тәжірибесі мен қабылдауын анықтаса, салыстырмалы аударма талдауы ЖИ жүйелерінің нақты тілдік қателерін көрсетті. Ал мәтіндік және мәдени талдау қазақ тілінің семантикалық, стильдік және ұлттық ерекшеліктерінің жасанды интеллект жүйелерінде қаншалықты сақталатынын

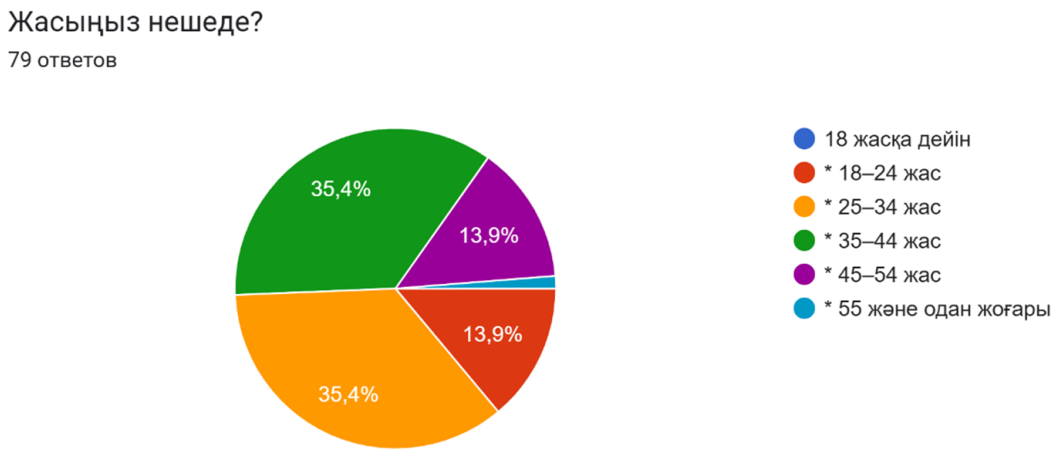
айқындады. Бұл әдістердің үйлесімі зерттеу мақсатына сәйкес келіп, қазақ тілін цифрлық ортада дамытуға қатысты ғылыми негізделген қорытындылар жасауға жол ашты.

Талдау мен басты нәтижелер

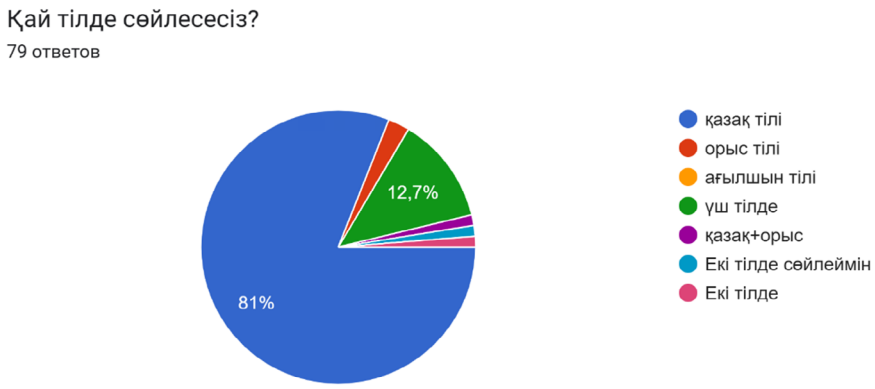
Жасанды интеллект жүйелері әр салаға, соның ішінде медиакеңістікке енгелі ақпарат өндірісі түбегейлі өзгерді. Бұрын тек адамға тән шығармашылық қызметті енді интеллектуалды алгоритм атқара бастады. Бұл құбылыс қазіргі медиатизация теориясының негізгі қағидаларын дәлелдейді. Аталған тұжырымға сәйкес, қоғамның барлық салалары медианың логикасына бейімделеді. Тілдік нормалар да сол логиканың ыңғайына қарай өзгереді. Маршал Маклюеннің тұжырымдамасы да ЖИ жүйелеріне қатысты. Ғалымның теориясы бойынша, ақпараттың мәні оны жеткізуші құралмен бірге өзгереді. Сол сияқты қазіргі жасанды интеллект жүйелері ақпаратты жай жеткізбейді, оны өзгертеді, бейімдейді. Салдарынан мағына бұрмаланып, контекст өзгереді және тілдің өзіндік ерекшеліктері трансформацияға ұшырайды.

Қанағаттану теориясы тұрғысынан қарағанда (Katz, Blumler, 1973) жасанды интеллект жүйелері пайдаланушылардың ақпаратқа деген қолжетімділігін жылдам әрі ыңғайлы етеді. Алайда ақпараттың қолжетімділік пен сапа арасындағы теңгерім бұзылған жағдайда тіл байлығына қауіп төнеді. Осылайша жасанды интеллектің тіл мен коммуникация саласына енуі медиатизацияның жаңа кезеңінің басталғанын көрсетеді. Зерттеу нәтижелері бойынша, жасанды интеллект қолданылуының екі жақты сипаттамасы анықталды. Бір жағынан, тиімділік, жеделдік, факт-чек пен іздеу-талдау мүмкіндіктері. Екінші жағынан, тілдік, мәдени, мағыналық бұрмаланулар. Бұндай қорытындыға жүргізілген сауалнама нәтижелері де сәйкес келеді (Katz et al., 1973).

Сауалнама 2025 жылдың қазан айында онлайн форматта (Google.Forms) жүргізілді. Бұл зерттеу қазақ тілінің қолданысына қатысты болғандықтан, респонденттер арнайы іріктеліп, сауалнама журналистер, филолог мамандар арасында жүргізілді. Респонденттердің әлеуметтік профильдері: студенттер, оқытушылар, редакторлар, журналистер. Сауалнамаға 79 адам қатысты. Олардың 35,4% – 35-44 жас аралығында болса, 35,42% – 25-34 жас аралығындағы жастар. Қалған 13,9% – 45-54 жас аралығындағы орта буын өкілдері. Тағы 13,9% – 18-24 жас аралығындағы студенттер болды.



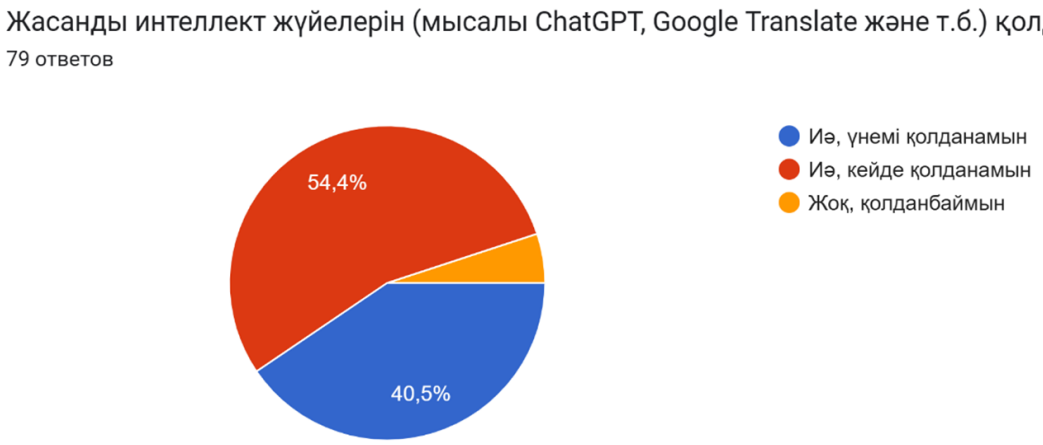
Сауалнамаға қатысқандардың басым бөлігі, яғни 81%-ы қазақтілді. 12,7% үш тілді меңгерген. Бұл тілдік бағыттағы зерттеудің өзектілігін арттыра түседі.



ЖИ жүйесін қолдану жиілігі:

- 54,4% - анда-санда қолданады
- 40,5% - үнемі пайдаланады
- 5,1% - мүлдем қолданбайды.

ЖИ құралдарынан бойын аулақ ұстайтындардың қатары сирек. Бұл дерек жасанды интеллект жүйелерінің күнделікті өмір мен әртүрлі салаға қарқынды түрде ене бастағанын дәлелдейді.



Жасанды интеллектіні қолдану мақсаты бойынша респонденттердің жауабы төмендегідей болды:

- 51,9% - аударма жасау
- 39,2% - мәтін жазу
- 36,7% - аудио, видео дайындау
- 29,1 % - ғылыми зерттеу
- 19% - тіл үйрену.

Бұл ЖИ жүйелерінің тілге қатысты еңбектерде және шығармашылық бағыттарда белсенді қолданылатынын көрсетеді.





ЖИ кемшіліктері туралы пікірлер:

- 57% - мағынаның бұрмалануы
- 36,7% - грамматикалық қате
- 32,9% - жалған ақпарат
- 31,6% - жеке деректердің қауіпсіздігі.

Респонденттердің жауаптары ЖИ ұсынған ақпараттың тілдік сапасын және фактілердің дұрыстығын тексеру қажеттігін көрсетеді. Жасанды интеллектің жалған ақпаратты анықтау және әшкерелеу қабілеті бар деген тұжырым біздің сауалнамаға қатысқан респонденттердің жауаптарында расталмады.

Қазақ тілі бұрмаланбас үшін не істеу керек?

- 82,3% - қазақ тіліндегі деректер базасын кеңейту
- 54,4% - тіл мамандарымен бірлесіп жұмыс істеу
- 50,6% - әдеби, мәдени сарапшыларды ЖИ жобаларына тарту.

Нәтиже ЖИ жүйелеріндегі тілдің сапасын арттыру үшін ана тілдегі мәтіндердің сандық көлемін көбейту қажеттігін анықтап берді.



Жалпы сауалнама нәтижелері жасанды интеллект жүйелерінің қазақ қоғамына белсенді енгенін, бірақ қазақ тілінің сапасы мен контенттің сенімділігі өзекті мәселе екенін көрсетті. Қатысушылардың көпшілігі ЖИ жүйелерін пайдалы құрал ретінде қабылдағанымен, тілдің бұрмалануы мен мағыналық, грамматикалық қателерді назар аударарлық түйткіл деп бағалаған.

Цифрлық дәуірде тіл өзгерісін зерттейтін сандық лингвистикаға сәйкес, тілдік модельдер тілдің грамматикасын, семантикасын, басқа ерекшеліктерін толық меңгермейінше, сапалы өнім шығара алмайды. Қазақ тілінің ЖИ жүйелерінде жиі бұрмалануы – осы теорияның дәлелі. Тілдің автоматты өңделуі, мәтінді машиналық талдау сияқты процестер цифрлық лингвистиканың өзегі саналады. Бұл тілдің цифрлық ортада мүлде өзгеше дамуына алып келеді.

Қазақ тілін ЖИ жүйелерінде дұрыс бағытта дамыту үшін ең алдымен ұлттық тілдік деректер қорын құру, сапалы контент жинау және машиналық оқыту процестеріне лингвистикалық бақылау енгізу қажет. Дәл осы жұмысты қазір Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті Жасанды интеллект және Big Data кафедрасының аға оқытушылары Ахмет Байтұрсынов атындағы тіл білімі институты мен «Тіл қазына» мемлекеттік орталығының мамандарымен бірлесіп атқаруда. Кітапханалардан, газет-журналдардан PDF форматтағы материалдар OCR жүйесі арқылы мәтіндік форматқа ауыстырылуда.

Машиналық оқытуда басты нәрсе – оған берілетін «шикізат», яғни деректердің сапасы. Жасанды интеллектің беретін жауабы сол деректердің сапасына тікелей байланысты. Ғаламтордағы қазақ тіліндегі контенттің көлемі басқа тілдерге қарағанда әлдеқайда аз. Сол себепті жасанды интеллект ағылшын, орыс және басқа тілдерде үйретілген ақпаратты қазақшаға аударып береді. Кейде ол терминдерді аудармай, араластырып қолданады. Мысалы, ағылшын және қазақ тіліндегі сөздерді қатар қолдануы мүмкін. Бұл да мағынаның бұрмалануына себеп (Yeshpanov et al., 2024).

Дегенмен қазақ тілі цифрлық кеңістікке толық бейімделгенше жасанды интеллект жүйелерінде қателіктер мен елестердің (галлюцинация) жиі кездесуі заңдылық. Бұл тұжырымға дәлел ретінде ЖИ құралдарымен аударылған мәтіндердің сапасын салыстыруға болады. Мәселен, «Казахстанка взыскала с врача через суд 3,2 миллиона тенге за неправильные диагноз и лечение» деген сөйлемді ChatGPT былай аударып

берді: «Қазақстандық әйел дәрігерден қате диагноз бен ем тағайындағаны үшін сот арқылы 3,2 миллион теңге өндіріп алды». Дәл сол сөйлемнің Google Translate арқылы аударылған нұсқасы мынадай: «Қазақстандық әйел дәрігерді дұрыс диагноз қоймағаны және емі дұрыс емес деп 3,2 миллион теңге өндіріп алды».

Екі аударманы салыстырғанда Google Translate ұсынған аудармада грамматикалық қате бірден көзге түседі. «Дәрігерді... өндіріп алды», «ді» деген табыс септігінің жалғауы жалғанған, ал өндіріп алу етістігі шығыс септігін қажет етеді. Кімнен? Дұрыс нұсқасы: «Дәрігерден...» болуы керек еді. «Емі дұрыс емес» деген сөз тіркесінің орнына «дұрыс емдемегені үшін» деген қарапайым сөз тіркесін де қолдануға болатын еді. Үшіншіден, бұл сөйлемде қажетсіз қайталамаға (тавтология) жол берілген. Бір сөйлемде «дұрыс» сөзі екі рет қайталанады.

Осы мысалда ChatGPT аудармасы бастапқы сөйлемнің негізгі деректерін сақтағанын байқаймыз. Редакциялық нұсқа ретінде: «Қазақстандық әйел дәрігерден сот арқылы 3,2 миллион теңге өндіріп алды. Бұған қате диагноз бен дұрыс жүргізілмеген ем себеп болған» деп ұсынуға болады. Редакторлық өңдеу кезінде бастапқы мәтінде жоқ өңір атауын қосуға немесе «сот арқылы» деген маңызды деректі алып тастауға болмайды. Адам аударған бұл нұсқа әлдеқайда құлаққа жағымды, грамматикалық ережелерге сай, лексикалық калькасы жоқ, таза қазақ тілінде құрылған. «Сот арқылы» деген тіркесті қолданбаса да, өтемақының сот жүйесі арқылы өндірілетіні белгілі.

Енді бұдан күрделірек мәтіннің қазақ тілінен орысшаға аудармасын салыстырайық. Мысалға, Абай Құнанбаевтың «Қара сөзінен» үзінді алайық, бұл түпнұсқа:

«Кербездің екі түрлі қылығы болады: бірі бет-пішінін, мұртын, мүшесін, жүрісін, қас-қабағын қолдан түзетіп, шынтағын көтеріп, қолын тарақтап әуре болмақ. Біреуі атын, киімін «айран ішерім» деп, солардың арқасында сыпайы, жұғымды жігіт атанбаққа, өзінен ілгерілерге елеулі болып, өзі қатардағының ішін күйдіріп, өзінен кейінгілерге «әттең, дүние-ай, осылардың атындай ат мініп, киіміндей киім кигеннің не арманы бар екен?!», – дейтұғын болмаққа ойланбақ» (Абай, 18-қара сөз).

ChatGPT аудармасы:

«У щеголя два вида поведения: один старается исправить свое лицо, усы, фигуру, походку, брови, поднимает локоть, расчёсывает руки, тратит время на внешность. Другой – старается стать заметным благодаря своей лошади и одежде, чтобы его считали вежливым, приятным человеком, чтобы старшие обращали на него внимание, сверстники завидовали, а младшие думали: «Ах, вот бы иметь такую же лошадь и такую одежду!».

Google Translate аудармасы:

«Красивый мужчина имеет два типа поведения: один — выпрямлять лицо, усы, конечности, походку и брови, поднимать локти и расчесывать руки. Второй — притворяться одновременно лошадью и мужчиной, и благодаря этому вежливый, обаятельный молодой человек становится знаменитым, важным для тех, кто впереди, и заставляет тех, кто позади, восклицать: «Боже мой, какой смысл ездить на лошади, как эти парни, и носить такую же одежду?».

Бірінші нұсқада «щеголь» «кербез» сөзіне ең жақын аударма. Бірақ мағыналық өрісі тар. Абайдағы «кербез» тек сәнқой емес, сыртқы әсемдікке алданып, рухани мәннен айырылған адам. Демек, аударма лексикалық тұрғыдан дәл, бірақ философиялық мағынасын толық бере алмаған. Қазақ мәтінінде «айран ішерім» тіркесі ұлттық идиома,

ол ерке, сәнқой, өмірі жеңіл деген мағынада беріліп тұр. Аудармада бұл тіркес мүлдем түсіп қалған. «Қолын тарақтап әуре болмақ», қазақ тілінде ирония мен бейнелілік бар, ал аудармасы «тратит время на внешность» ақпараттық сипатта ғана берілген.

Google Translate аудармасында бірнеше семантикалық сәйкессіздік байқалады. Мысалы, «кербез» сөзінің «красивый мужчина» деп берілуі түпнұсқадағы сыни реңкті жеткізе алмаған. Абайда бұл сөз сыни тұрғыдан пайдаланса, аудармада позитивті мағынада берілген. «Притворяться одновременно лошадью и мужчиной» деген аударма қара сөздің мағынасын мүлдем басқа арнаға бұрып жіберген. Google Translate қазақ сөйлеміндегі «атпен, киіммен мақтану» тіркесін түсінбеген. Салдарынан «жылқыға ұқсауға тырысып жатыр» деген мағыналық тұрғыдан сәйкес емес тіркес жазылып, Абайдың философиялық тұжырымы мағынасын жоғалтады. Аударманың екі нұсқасында да Абайдың айтқан ойы мен шешендік стилі берілмеген. Түпнұсқада ирония, сын, астар, образ бар. Аудармада бұл философиялық салмақ логикалық тізбектен тұратын құрғақ сөйлемге айналған. Бұл мысал машина аудармасы жүйелерінің шектеулерін айқын көрсетіп, дәлелдейді.

Бұл мысалдар мәдени контекст пен идиоматика сақталмаса, аудармада мәтіннің мәні жоғалатынын көрсетеді. Қорыта айтқанда, жасанды интеллект жүйелері сөзбе-сөз аударма жасап, мәтіннің мәдени астарын, иронияны, әлеуметтік реңкті дәл жеткізе алмайды. Иляхина мен Деева (2024) өз зерттеуінде жасанды интеллект жүйелері мәтінді өңдеу, генерациялау және таратуды автоматтандыру арқылы медиа саласында біртұтас стандарт қалыптастырып, шығармашылық бірегейлікті азайтатынын болжаған. Бұл құбылысты зерттеушілер «журналистиканың цифрлық конвергенциясы» деп атайды (Ilyakhina & Deeva, 2024).

Қарастырылған аудармаларда бейнелілік пен мәдени реңктің ішінара жоғалуы байқалды. Бұл нәтижелер мәдени мазмұны күрделі мәтіндерді автоматты аударудан кейін редакторлық сараптамадан өткізу қажеттігін дәлелдеп берді.

Қорытынды

Медиатизация теориясы зерттелген аудармаларды цифрлық коммуникация аясында түсіндіруге мүмкіндік береді. Тіл де медиатизацияға ұшырайтынын уақыт көрсетуде. Оның қолданыс формалары, нормалары мен мағыналық құрылымдары цифрлық медиа логикасына бейімделе бастады. Осы үрдіс аясында қазақ тілі де, өкінішке орай, жаңа медианың тіліне айналып барады. Әлеуметтік желілерде, ЖИ жүйелерінде, аударма құралдарында қазақ тілінің синтаксисі мен сөздік қоры қысқарып, «технологиялық стильге» ауысуда. Бұл медиатизация үдерісінің нақты дәлелі.

Сауалнамада респонденттердің 57%-ы мағынаның бұрмалануын, 36,7%-ы грамматикалық қателерді, 32,9%-ы жалған ақпаратты ЖИ құралдарының кемшіліктері деп атаған. Қарастырылған аудармаларда грамматикалық және мәдени-мағыналық сәйкессіздіктер байқалды. Бұл нәтижелер автоматты аудармаларды жариялау алдында тексеру қажеттігін көрсетіп, ЖИ жүйелеріндегі қазақ тілінің қолдану проблемаларын да айшықтайды.

Зерттеу нәтижелері негізінде мынандай мәселелер анықталды:

- ЖИ жүйелерінде қазақ тіліндегі грамматикалық, семантикалық және мәдени қателер жиі кездеседі;

- сауалнама нәтижесінде аударма мен мәтін жазуда ЖИ құралдары жиі қате жібереді;

- деректер қорының жеткіліксіздігі тілдің қолданыс сапасына әсер етуші ықтимал фактор болуы мүмкін, бірақ оның әсері бұл зерттеуде тексерілген жоқ.

Машиналық оқыту модельдері тілдік деректердің көлемі мен сапасына тәуелді. Қазақ тілінде мәтіндік мәліметтер қоры шектеулі болғандықтан, ЖИ модельдері орыс және ағылшын тіліндегі құрылымдарға сүйенеді. Бұл көшірме (калька), грамматикалық қате және мағыналық бұрмалану түрінде байқалады. Иляхина мен Деева (2024) атап өткендей, автоматтандырылған контент пен алгоритмдік мәтін генерациясы «шығармашылық бірегейлікті азайтып, стандартталған медиа тіл қалыптастырады» (Ilyakhina & Deeva, 2024).

Бұл құбылыс тек медиада ғана емес, әдебиет пен ғылым саласында да көрініс табуда. Қазақ тілінің бай бейнелілігі мен поэтикалық құрылымы біртіндеп технологиялық стильге бейімделуін заңдылық деп қабылдаған жөн. Дегенмен тілдің мәдени ерекшеліктерін сақтау үшін ЖИ жүйелерінде ұлттық мазмұнды, фольклорлық және әдеби деректерді пайдалану маңызды. Бұл бағытта «Тіл қазына» орталығы мен Ахмет Байтұрсынов атындағы Тіл білімі институты жасаған Тілдік корпустар мен деректер базасы – үлкен мүмкіндік ұсынады. Осы мәліметтердің барлығы цифрландырылып, жасанды интеллект жүйелеріне енгізілсе, жаңа технологиядағы қазақ тілінің дамуына оң әсерін тигізер еді. Бұл айтылған сын-ескертулер жасанды интеллект тек кемшіліктерден тұрады дегенді білдірмейді. Жаңа технологияның артықшылықтары мол, тәуекелдері де жеткілікті.

ЖИ ақпаратқа қолжетімділікті арттырады, мәтінді талдау мен жүйелеуді жеңілдетеді. Білім беру мен зерттеу жұмысын тиімді жасайды, тіл үйренуге жаңаша мүмкіндіктер туғызады. Ал оның ақпарат саласындағы кемшіліктері мынадай:

- ақпараттарды тексермей, факт-чек жасамай ұсыну;

- мәдени және мағыналық бұрмалану, грамматикалық қателер, идиомалар мен мақал-мәтелдердің жоғалуы, ұлттық стильдің жойылуы және көркем тілдің технологиялық тілге айналуы.

Авторлар зерттеуде қарастырылған мысалдардан автоматты аудармада тілдік және мәдени сәйкессіздіктер туындауы мүмкін екенін анықтады. Жасанды интеллект технологиялары тілдің дамуына оңтайлы жағдай жасай отырып, оның табиғи құрылымына қандай зиян келтіретінін де талдау қажет деп ойлаймыз. Бұл парадокс қазіргі заманның басты мәдени мәселелерінің біріне айналды. Біздің ойымызша, проблеманы шешудің дұрыс жолы – ЖИ жүйелерін жетілдіру. Сондықтан зерттеу нәтижелері бойынша төмендегі ұсыныстар енгізіледі:

- «Жасанды интеллект туралы» заң жобасына тіл нормалары мен ұлттық контентті қорғау нормаларын енгізу;

- ұлттық тілдік деректер қорын құру және оны ұдайы кеңейтіп отыру;

- OCR арқылы архивтік деректерді толық цифрландыру;

- ЖИ генерациялаған мәтіндерді міндетті редакторлық тексеруден өткізу;

- университеттер мен орта білім жүйесінің білім бағдарламаларына «Цифрлық тіл мәдениеті», «Машина аудармасының этикасы» атты пәндерді енгізу;

- қазақ тілінің синтаксисін ЖИ модельдеріне бейімдеуге арналған арнайы алгоритмдер әзірлеу.

Зерттеу қазақ тіліндегі автоматты аударманың тілдік және мәдени ерекшеліктерін сауалнама мен жекелеген мәтіндік мысалдар негізінде қарастырады. Болашақта бұндай

ISSN: 2616-7174. eISSN: 2663-2500

зерттеулер тереңдетіліп, бірнеше бағытта жүргізілуі қажет деп санаймыз. Мысалы, қазақ тілінің фонетикалық және интонациялық ерекшеліктерін ЖИ жүйелеріне енгізу, ЖИ құралдарының көмегімен ұлттық әдебиет пен фольклорды автоматты талдау әдістерін жетілдірген дұрыс болар еді. Осындай жүйелі зерттеулер жаңа дәуірдегі қазақ тілінің сапасын өсіріп, қолданыс аясын кеңейтетінін зор сеніммен айта аламыз.

Қаржыландыру

Бұл зерттеу мақаласы ҚР Ғылым және жоғары білім министрлігі Ғылым комитетінің ғылыми гранты есебінен қаржыландырылды (грант №AP32723927).

Авторлардың қосқан үлесі.

Есенбекова Ұ. М. – хат-хабар авторы, бақылау және ұсыныс беру, мақсат-міндетті анықтау, жалпы ғылыми аппаратты басқару, деректерді сұрыптау, редакциялау.

Стамбекова Н. Д. – хат-хабар авторы, әдебиетпен жұмыс, материалды жинау, негізгі бөлімді жазу.

Егембердиев Ы. Д. – материалды жинау, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу.

Әдебиеттер тізімі

Borisov, M., Kozhirbayev, Z. and Malykh, V. (2025) 'Low-resource machine translation for code-switched Kazakh-Russian language pair', NAACL Student Research Workshop. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2025.naacl-srw.7

Hepp, A. (2013) Cultures of mediatization. Polity Press. ISBN: 978-0-745-66226-8.

Hjarvard, S. (2013) The mediatization of culture and society. Routledge. doi: https://doi.org/10.4324/9780203155363

Ilyakhina, A.A. and Deeva, I.V. (2024) 'Perspectives on the application of artificial intelligence technologies in journalism', Vestnik nauki, 2, pp. 580–586. ISSN: 2712-8849. Available at: https://www.vestnik-nauki.com/article/12508 (қаралған күні: 15 қазан 2026).

Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M. (1973) 'Uses and gratifications research', Public Opinion Quarterly, 37(4), pp. 509–523. doi: https://doi.org/10.1086/268109

LeCun, Y. (2023) How the machine learns: The revolution in neural networks and deep learning. Moscow: Al'pina Pablisher, 335 p. ISBN: 9785907394926.

Miao, F. and Holmes, W. (2023) Guidance for generative AI in education and research. UNESCO. doi: https://doi.org/10.54675/EWZM9535

Naveen, P. et al. (2024) 'Overview and challenges of machine translation for contextually appropriate translations', iScience. doi: https://doi.org/10.1016/j.isci.2024.110878

Qazcorpora.kz (2025) Sub-corpus of the National Corpus of the Kazakh Language. Available at: https://qazcorpora.kz/ (қаралған күні: 15 қазан 2026).

Russell, S. and Norvig, P. (2021) Artificial intelligence: A modern approach. 4th edn. Pearson. Available at: https://aima.cs.berkeley.edu/ (қаралған күні: 15 қазан 2026).

Tleubayeva, A., Aubakirov, S., Tabuldin, A. and Shomanov, A. (2025) 'Development and evaluation of a small Kazakh language corpus to improve the efficiency of multilingual NLP systems in low-resource environments', IEEE SIST 2025. doi: https://doi.org/10.1109/SIST61657.2025.11139363

Togmanov, M., Mukhituly, N., Turmakhan, D. et al. (2025) 'KazMMLU: Evaluating language models on Kazakh, Russian, and regional knowledge of Kazakhstan'. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2025.acl-long.701

Yeshpanov, R., Efimov, P., Boytsov, L., Shalkarbayuli, A. and Braslavski, P. (2023) 'KazQAD: Kazakh open-domain question answering dataset'. doi: https://doi.org/10.48550/arXiv.2404.04487

Yeshpanov, R., Polonskaya, A. and Varol, H.A. (2024) 'KazParC: Kazakh parallel corpus for machine translation', arXiv preprint. doi: https://doi.org/10.48550/arXiv.2403.19399

Yessenbekova, U., Syzdykova, A. and Kutym, B. (2024) 'Demand for TV content in a national language: The case of Kazakhstan', International Journal of Innovative Research and Scientific Studies, 7(3), pp. 951–964. doi: https://doi.org/10.53894/ijirss.v7i3.2984

Zhu, W., Liu, H., Dong, Q., Xu, J., Kong, L., Chen, J., Li, L. and Huang, S. (2024) 'Multilingual machine translation with large language models: Empirical results and analysis', Findings of the Association for Computational Linguistics: NAACL 2024, pp. 2765–2781. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2024.findings-naacl.176

У. М. Есенбекова[1], Н.Д. Стамбекова[2], И.Д. Егембердиев[3]

[1,2]Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан
[3]Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Казахский язык в системах искусственного интеллекта: языковое качество, культурный контекст и проблемы цифрового развития

Аннотация. В исследовательской статье проанализировано влияние систем искусственного интеллекта на развитие казахского языка и национальной культуры. Дана оценка грамматическому, семантическому и культурному качеству ИИ-систем на казахском языке. Результаты опроса, сравнительного анализа переводов и текстового анализа выявили недостаточность данных на казахском языке в системах искусственного интеллекта. В рассмотренных переводах наблюдались языковые несоответствия и частичная утрата культурного контекста.

В методологическом плане исследование опирается на теории медиатизации Стига Хьярварда (Stig Hjarvard) и Андреаса Хеппа (Andreas Hepp), а также на теории удовлетворения потребностей Элиху Каца (Elihu Katz) и Джея Блумлера (Jay G. Blumler). Эти теории рассматривают ИИ-системы как важную часть современного медиакультурного пространства и позволяют объяснить роль языка в цифровой среде. Теория удовлетворения потребностей демонстрирует место ИИ-технологий в удовлетворении общественных информационных потребностей.

На основе результатов исследования авторы предлагают расширять национальные языковые корпуса для развития казахского языка в цифровой среде, укреплять взаимосвязь ИТ и лингвистики, а также внедрять в систему образования дисциплины по цифровой языковой культуре. Делается вывод о том, что при реализации этих направлений казахский язык станет не только национальным наследием, но и конкурентоспособным языком, развивающимся в современных технологиях.

Ключевые слова: искусственный интеллект, машинный перевод, языковой корпус, культурный контекст, медиатизация.

U.M. Yessenbekova[1], N. D. Stambekova[2], I. D. Yegemberdiyev[3]
[1,2,3] L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

The Kazakh Language in Artificial Intelligence Systems: Linguistic Quality, Cultural Context, and Challenges of Digital Development

Abstract. This research article analyzes the impact of artificial intelligence (AI) systems on the development of the Kazakh language and national culture. The study evaluates the grammatical, semantic, and cultural quality of Kazakh-language AI systems. The findings from the survey, comparative translation analysis, and textual analysis revealed insufficient Kazakh-language data in artificial intelligence systems. Linguistic inconsistencies and a partial loss of cultural context were observed in the translations examined.

Methodologically, the research draws on the mediatization theories of Stig Hjarvard and Andreas Hepp, as well as the uses and gratifications approach associated with Elihu Katz and Jay G. Blumler. These frameworks conceptualize AI systems as an important component of today's media-cultural environment and help explain the role of language in digital settings. The uses and gratifications perspective highlights how AI technologies contribute to meeting society's information needs.

Based on the results, the authors recommend expanding national language corpora to support the development of Kazakh in the digital environment, strengthening collaboration between information technology and linguistics, and introducing courses on digital language culture within the education system. The article concludes that, if these measures are implemented, Kazakh will become not only a national heritage language but also a competitive language that can evolve alongside modern technologies.

Keywords: artificial intelligence, machine translation, language corpus, cultural context, mediatization.

References

Borisov, M., Kozhirbayev, Z. and Malykh, V. (2025) 'Low-resource machine translation for code-switched Kazakh-Russian language pair', NAACL Student Research Workshop. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2025.naacl-srw.7

Hepp, A. (2013) Cultures of mediatization. Polity Press. ISBN: 978-0-745-66226-8.

Hjarvard, S. (2013) The mediatization of culture and society. Routledge. doi: https://doi.org/10.4324/9780203155363

Ilyakhina, A.A. and Deeva, I.V. (2024) 'Perspectives on the application of artificial intelligence technologies in journalism', Vestnik nauki, 2, pp. 580–586. ISSN: 2712-8849. Available at: https://www.vestnik-nauki.com/article/12508 (Accessed: 15 October 2026). [in Russian].

Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M. (1973) 'Uses and gratifications research', Public Opinion Quarterly, 37(4), pp. 509–523. doi: https://doi.org/10.1086/268109

LeCun, Y. (2023) How the machine learns: The revolution in neural networks and deep learning. Moscow: Al'pina Publisher, 335 p. ISBN: 9785907394926.

Miao, F. and Holmes, W. (2023) Guidance for generative AI in education and research. UNESCO. doi: https://doi.org/10.54675/EWZM9535

Naveen, P. et al. (2024) 'Overview and challenges of machine translation for contextually appropriate translations', iScience. doi: https://doi.org/10.1016/j.isci.2024.110878

Qazcorpora.kz (2025) Sub-corpus of the National Corpus of the Kazakh Language. Available at: https://qazcorpora.kz/ (Accessed: 15 October 2026).

Russell, S. and Norvig, P. (2021) Artificial intelligence: A modern approach. 4th edn. Pearson. Available at: https://aima.cs.berkeley.edu/ (Accessed: 15 October 2026).

Tleubayeva, A., Aubakirov, S., Tabuldin, A. and Shomanov, A. (2025) 'Development and evaluation of a small Kazakh language corpus to improve the efficiency of multilingual NLP systems in low-resource environments', IEEE SIST 2025. doi: https://doi.org/10.1109/SIST61657.2025.11139363

Togmanov, M., Mukhituly, N., Turmakhan, D. et al. (2025) 'KazMMLU: Evaluating language models on Kazakh, Russian, and regional knowledge of Kazakhstan'. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2025.acl-long.701

Yeshpanov, R., Efimov, P., Boytsov, L., Shalkarbayuli, A. and Braslavski, P. (2023) 'KazQAD: Kazakh open-domain question answering dataset'. doi: https://doi.org/10.48550/arXiv.2404.04487

Yeshpanov, R., Polonskaya, A. and Varol, H.A. (2024) 'KazParC: Kazakh parallel corpus for machine translation', arXiv preprint. doi: https://doi.org/10.48550/arXiv.2403.19399

Yessenbekova, U., Syzdykova, A. and Kutym, B. (2024) 'Demand for TV content in a national language: The case of Kazakhstan', International Journal of Innovative Research and Scientific Studies, 7(3), pp. 951–964. doi: https://doi.org/10.53894/ijirss.v7i3.2984

Zhu, W., Liu, H., Dong, Q., Xu, J., Kong, L., Chen, J., Li, L. and Huang, S. (2024) 'Multilingual machine translation with large language models: Empirical results and analysis', Findings of the Association for Computational Linguistics: NAACL 2024, pp. 2765–2781. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2024.findings-naacl.176

Авторлар туралы мәлімет:

Есенбекова Ұ. М. – хат-хабар авторы, филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, медикоммуникация және қоғаммен байланыс кафедрасының профессоры м.а., 010000, Астана, Қазақстан.

Стамбекова Н. Д. – әлеуметтік білім магистрі, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебі, 010000, Астана, Қазақстан.

Егембердиев Ы. Д. – PhD докторы, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті Журналистика факультетінің деканы, 0500040, Алматы, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Есенбекова У. М. – автор для корреспонденции, кандидат филологических наук, ассоциированный профессор, и.о. профессора кафедры Медиакоммуникации и связи с общественностью Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, 010000, Астана, Казахстан.

Стамбекова Н. Д. – магистр социального образования, Высшая школа журналистики и социальных наук Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, 010000, Астана, Казахстан.

Егембердиев И. Д. – доктор PhD, декан Факультета Журналистики Казахского национального университета им. аль-Фараби, 050040, Алматы, Казахстан.

Author information:

Yessenbekova U. M. – corresponding author, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Acting Professor of the Department of Media Communications and Public Relations, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 010000, Astana, Kazakhstan

Stambekova N. D. – master of Social Education, Higher School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 010000, Astana, Kazakhstan

Yegemberdiyev I. D. – PhD, Dean of the Faculty of Journalism at Al-Farabi Kazakh National University, 050040, Almaty, Kazakhstan

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ / СМИ И ОБЩЕСТВО /MEDIA AND SOCIETY

ХҒТАР 19.01.11
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-83-97

Қазақ медиасындағы ғылыми контенттердің фреймделуі және ғылымды дәріптеу мәселелері

К. Қабылғазина[1], А.Қ. Қыдырханова *[2], А.Т. Дуйшекеева[3]

[1,2]әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан
[3]Жүсіп Баласағын атындағы Қырғыз ұлттық университеті, Бішкек, Қырғызстан

(E-mail: [1]kabylgazina.klara@mail.ru, [2]kairatbek.akzh@gmail.com, [3]aina.duishekeeva@knu.kg,)*

Аңдатпа. Мақала қазақ медиасында ғылым тақырыбы қалай дәріптеліп жатқанын, ғылыми жаңалықтардың медиа репрезентациясын және оның қоғамдағы ғылыми сауатқа әсерін анықтауға бағытталды. Зерттеу жұмысы сыни дискурс-талдау, фрейминг және контент-талдау комбинациясы бойынша жасалды. Эмпирикалық дереккөз ретінде 2020-2025 жылдар аралығында тәуелсіз және мемлекеттік онлайн басылымдарда жарық көрген 72 медиаконтент іріктеліп алынды. Зерттеуде ғылыми жаңалықтардың медиадискурстағы тіл құралдары мен нарративтерін, мәтіндердің ғылыми деңгейін, контенттегі пікір балансының сақталуын анықтау да ескерілді.

Талдау нәтижесінде ғылым тақырыбындағы контенттің негізгі дереккөзі ретінде мемлекеттік органдардың үлесі едәуір басым болып шықты. Медиамәтіндердің 75%-дан астамы позитив тонда берілген. Ғылыми зерттеу жүргізген ғалымның түсіндірмесі немесе ғылыми ортадағы бағасы материалда кездесе бермейді. Балама пікір, ғылыми жаңалықтың ықтимал тәуекелдері туралы ақпарат сирек қамтылғаны айғақталды. Бұл Қазақстан ғылымы туралы сыңаржақ пікір қалыптастыруға, оны көбіне «ұлттық мақтаныш», «жетістік» фреймдерімен шектеуге себеп болып отыр.

Жүргізілген зерттеу қазақ медиасында ғылыми коммуникация саясатын қайта қараудың маңызын ашуға негіз болды. Сондай-ақ редакциялар мен ғылыми орта арасындағы байланысты дамытудың, ғылымды қоғамға түсіндіретін кәсіби бағыт ретінде жолға қоюдың қажеттілігін айғақтады.

Түйін сөздер: ғылыми коммуникация, фрейминг, контент-талдау, ғылыми журналистика, сыни дискурс-талдау.

Түсті: 1.04.2026; Мақұлданды: 27.08.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы**

Кіріспе

Қазақстан ғылымы кейінгі жылдары бірқатар маңызды ғылыми жаңалықпен толығып, зерттеу нәтижелерін әлемдік ғылыми ортаға белсенді ұсына бастады. Мұндай оқиғалардың қазақтілді медиакеңістіктегі репрезентациясы жүйелі зерттелмей жатқанын байқаймыз. Ғылыми нәтижелердің мәнін медиада түсіндіру қоғамның ғылымға деген сеніміне, ғылыми сауат деңгейіне және ғылым саясатына әсер етеді.

Ғылыми жаңалықтарды аудиторияға дұрыс, контексін сақтай отырып ұсыну – ақпараттық міндет қана емес, ұлттық деңгейде стратегиялық маңызды процесс. Егер ғалымдар медиамен тиімді байланыс орнатпаса немесе ғылыми контексін дұрыс ұсынбаса, зерттеу нәтижелері бұрмаланып, қоғамға түсініксіз жетуі мүмкін. Осы зерттеу аясында Қазақстан медиасындағы үш ғылыми жаңалықтың: QazVac вакцинасы; DVC қатерлі ісікке қарсы препараты; селен өндірудің бірегей технологиясының медиадағы репрезентациясы талданды. Зерттеу пәні — осы жаңалықтарға қатысты медиадискурс, қолданылған фреймдер, нарратив құрылымы және ғалымдар мен журналистер арасындағы коммуникациялық тәжірибе. Зерттеудің мақсаты — Қазақстандағы ірі ғылыми жаңалықтардың медиа арқылы аудиторияға қалай жеткізіліп жатқанын, қандай кемшіліктер мен үлгілер бар екенін анықтап, ұлттық ғылыми коммуникация үшін ұсынылатын тиімді модельді әзірлеу.

Зерттеу міндеттері контент-талдау және фрейминг-талдау жүргізуді, медиадискурста қолданылатын тілдік құралдар мен нарративтерді анықтауды, сондай-ақ журналистер мен ғалымдардан алынған сұхбаттар арқылы зерттеу нәтижелерін толықтыруды қамтиды.

Зерттеу барысында мына негізгі сауалдарға жауап ізделді:

• Қазақ медиасында ғылыми жаңалықтар қандай фреймдер арқылы ұсынылады?

• Ғылыми ақпараттың медиадағы репрезентациясында қандай нарративтер мен дискурстық тәсілдер басым?

• Ғылыми материалдардың сапасы мен ғылыми тереңдік деңгейі қандай деңгейде?

• Ғылыми жаңалықтарды ұсынуда қандай дереккөздер басым және ғалымдардың қатысу деңгейі қандай?

Әдебиетке шолу

Ғылыми коммуникация әдебиетінде бұл салаға қатысты ұғымдар (scientific culture, scientific literacy) жиі шатастырылып қолданылып жатады. Ғылыми коммуникация тек ғалымдарды көбірек сөйлеуге шақыру немесе коммуникация саласының бір тармағы емес, ғылым мен қоғам арасындағы мағыналы, жүйелі, екіжақты байланыс орнатуға бағытталған күрделі процесс (Burns et al., 2003). Ғылым мен қоғамның өзара тәуелділігі қазіргі заманда одан әрі күшейіп отыр. Қоғам ғылымды әлеуметтік-экономикалық дамудың негізгі драйвері ретінде қажет етсе, ғылым өз кезегінде қоғам ұсынатын институционалдық қолдауға сүйенеді (He, 2017).

Коронавирус пандемиясы кезінде жарық көрген медиаматериалдарға жүргізілген зерттеулер тек статистикалық ақпарат пен нақты ғылыми мазмұны бар хабарламаларды медиада берудің айырмашылықтарын ашып көрсеткен. Контент мазмұны аудиторияның ақпаратты түсінуіне, шешім қабылдауына айтарлықтай ықпал еткен (Chan et al., 2023). Медиаға контент дайындағанда әдіс-тәсілдерді ғылым саласына қарай бейімдеу де оң нәтиже бергенін зерттеулерден аңғарамыз. Мәселен, техникалық салалар туралы

контент жариялағанда «көбіне ғылыми факт емес, символдармен, рамкалармен түрлі түсте беру» тиімді екені байқалады (Weisenburger, 2025). Ғылыми білімді қоғамға таратуда әлеуметтік желілердің салмағы артып келе жатқанын да ескеру керек. Оның үстіне әр платформаның өзіне тән контент ұсыну пішіні мен аудитория ерекшеліктері де әр қилы. Бұл орайда ғылыми ақпаратты платформаның форматына сай икемдеу үшін пайдаланушылардың ақпаратты тұтыну әдетін, қызығушылығын ескерген жөн. Мұндай тәсілдің теориялық негізі аудиторияны сегментациялау ұғымымен және қажеттілікті қанағаттандыру (Uses and Gratifications) концепциясымен тығыз байланысты (Wind, 1978).

Бұл айырмашылықты Испанияның Сарагоса университетінің зерттеушілерінің еңбегінен де көруге болады. Aiger мен әріптестері әлеуметтік желілердің ғылымды таныту мүмкіндіктерін платформалардың ерекшеліктерімен байланыстыра отырып зерттеген. Олардың талдауынша, физика, математика сияқты салалар YouTube-тегі ұзақ форматты материалдарға икемді болса, биология мен медицинаға қатысты контент Instagram мен TikTok-тағы қысқа әрі визуал форматта тиімді ұсынылады (Aiger et al., 2026).

Әлеуметтік ғылымдарға қатысты контенттерде аудиторияның пікірін білуге, сұрақ қоюына немесе талқылауға мүмкіндік беретін форматтар жиі кездеседі (Kaplan and Haenlein, 2010). Дегенмен ғылыми ақпараттың қабылдануы оның тек мазмұнына байланысты болмайды. Оған ақпараттың қандай ортада ұсынылғаны, тұтынушының ерекшелігі және коммуникацияға қатысушылар арасындағы өзара әрекет те ықпал етеді. Bostrom және Heinen жүргізген зерттеу ақпараттық жүйелердегі мәселелерді шешуде техникалық факторлармен қатар әлеуметтік және ұйымдастырушылық ортаны да ескеру қажеттігін көрсетеді (Bostrom and Heinen, 1977). Осы тұрғыдан алғанда, ғылыми коммуникацияда да ақпаратты жеткізу тәсілі мен оны қабылдайтын ортаның ерекшелігін ескеру маңызды.

Ғылым, саясат және медиа арасындағы ақпарат алмасуда ғылыми мәліметті аудиторияға ұсыну тәсілі де ескерілуі керек. Bert Van Wee мұндай өзара әрекеттестік үшін «storyline» концепциясын алға тартады. Мәселен, академиялық ортада қалыптасқан дәстүрлі құрылым «тақырып – әдіс – нәтиже – қорытынды» тізбегі ғылыми ортаға түсінікті болғанымен, медиа аудиториясын жылдам зеріктіріп алады. Сондықтан ғылыми ақпаратты алдымен негізгі ойды жеткізуден бастап, кейін түсіндірме, қосымша деректермен толықтырған тиімді болып жатады. Осылайша оқырман әуелі ақпараттың не туралы екенін түсініп, одан кейін берілген деректер мен контекст арқылы тақырыпты тереңірек қабылдайды (van Wee, 2025). Бірақ осы зерттеу аясында қазақ медиасында 2020-2025 жылдар аралығында жарияланған 50 материалға контент-талдау жасағанда мұндай реттілік сақталмайтыны байқалды. Ғылыми контенттер ала-құла, арнайы стиль жоқ, жаңалық мазмұнында, көбіне ғалымдардың қатысуынсыз жарияланатыны белгілі болды.

Қазақ медиасындағы ғылыми коммуникация тақырыбын зерттеген профессор Ұ.Есенбекова ғылыми журналистикада пікірталас компоненттерінің әлсіздігі сияқты тенденция байқалатынын анықтаған. Оның зерттеуінше, талдау компоненттері әлсіз болғандықтан, полемикалық дәстүрге нұқсан келіп, ақпараттық жанрдағы материалдар басымдыққа ие болған.

Бұндай тенденция Еуропа медиаларында да байқалған. Франция ның Le Monde, Le Figaro,

ISSN: 2616-7174. eISSN: 2663-2500

Liberatio тәрізді ірі басылымдарындағы контенттерді 6 ай таразылаған зерттеушілер мынадай заңдылықты байқаған: ғылыми тақырыптар біркелкі берілмеген; мыңдаған мақаланың 30%-ы денсаулық сақтауға арналған, 20%-ы экология тақырыбында, ал математика, физика, химия сынды жаратылыстану ғылымдары небәрі 3% үлес алған. Зерттеуші Ұ.Есенбекова мұның себебін әлемдегі ақпаратты тұтыну нарығында болып жатқан контенті жеңілдету, оңайлату аспектілерімен түсіндіреді (Есенбекова, 2020).

Ғылыми коммуникация тақырыбындағы тағы бір зерттеуінде Ұ.Есенбекова мен әріптесі Б.Құтым ғылымда медиалану бірнеше деңгейде жүріп жатқанын көрсеткен. Біріншіден, медиа кеңістігінің ғылымға әсері күшейіп келеді. Екіншіден, БАҚ ғылымдағы күрделі заңдылықтарды аудиторияға түсінікті етіп көрсеткісі келіп тым қарабайыр қылып, бұрмалауға жол береді. Содан ғылыми жаңалықтың мәні де, мағынасы да бұзылып көрсетіледі. Үшіншіден, ғылыми ақпараттың цифрлық мультимедиа форматына бейімделуі тұтастай ғылымның трансформациясына бастайтыны сөзсіз. Зерттеушілер бұл олқылықтардың орнын толтыру үшін мемлекеттен жүйелі қолдау қажет екенін айтады (Есенбекова және Құтым, 2020). Бұған біз редакция саясатының маңызын да қосқанды жөн санаймыз.

Бұл жағдай ғылыми коммуникация, ғылымды қазақ медиасында дәріптеу мәселелері қандай фрейммен қалыптасатынын терең түсінуді қажет етеді. Қазақстан кейсінде медиадағы ғылыми коммуникацияның бірізді тетіктерінің қалыптасу үдерісі аяқталмағаны аңғарылады. Себебі 50 контентке талдау кезінде мемлекеттік тапсырыспен орындалған ғылыми еңбек, табысқа жеткен ғылыми жаңалықтардың да медиада дәріптелуінде бірізділік, жүйе байқалмады. Кейінгі жылдары бұл процестің дискурсивтік құрылымы ғылыми негізде талданбағандықтан, қазақ медиасындағы ғалым-журналист-қоғам арасындағы байланысты толық түсінуге кедергі келтіретіні анық. Бұған дейінгі еңбектерде ғылым коммуникациясы тұтас ұғым, процесс ретінде талданғанымен, медиада қандай қыры басым көрсетілетініне қатысты зерттеулер аз. Біз осы мәселені қазақ медиасының мысалында зерттеп көрдік.

Теориялық негіз

Зерттеуде бірнеше теориялық бағыт қатар қолданылды. Фрейминг теориясы ғылыми жаңалықтың медиада қай қырынан көрсетілетінін және қандай ақпараттың негізгі орынға шығатынын анықтауға пайдаланылды. Медиа репрезентация ғылымның және оның өкілдерінің оқырманға қандай бейнеде ұсынылатынын қарастыруға мүмкіндік берді. Ал ғылыми коммуникация теориясы осы мәселелерді ғылым мен қоғам арасындағы ақпарат алмасу тұрғысынан түсіндіруге қолданылды.

Massimiano Bucchi ғылыми ақпараттың қоғамға жетуінде медианың атқаратын қызметіне ерекше мән береді. Оның пікірінше, ғылыми ортаға тән кәсіби тіл медиада көпшілікке түсінікті мазмұнда бейімделеді. Осы процесте медиа ғылым мен қоғам арасындағы байланысты жалғайтын негізгі арналардың біріне айналады. Ғылыми ақпараттың қалай ұсынылғаны оның қабылдануына және ғылым туралы қоғамдық пікірдің қалыптасуына да әсер етеді (Bucchi, 2004).

Ғылыми медиаконтенттерді талдауда фрейминг теориясының орны бөлек. Роберт Энтман медианың шынайылықтың жекелеген қырларын таңдап, соларға басымдық беру арқылы аудиторияның мәселені қабылдауына ықпал ететінін жазады (Entman, 1993). Бұл тәсілді ғылыми жаңалықтарға қолданғанда, ең алдымен, материалда ненің алдыңғы орынға шыққанына назар аударылады. Ғылыми нәтиже жетістік ретінде

көрсетілуі мүмкін, ал кей жағдайда оның технологиялық жаңалығы, ұлттық маңызы немесе ықтимал қаупі басым беріледі.

Медиа репрезентация жөніндегі тұжырымдарында Сюарт Холл оны әлеуметтік мағына беру процесі ретінде қарастырудың маңызын алға тартады. Бұл медианың болған оқиғаны нейтрал позицияда жай ғана ұсына салмайтынын, оны белгілі бір идеологиялық, мәдени не әлеуметтік контекстте қайта құрастыратынын аңғартады. Зерттеушінің көзқарасынша, медиамәтіндер қоғамдағы құбылыстар туралы белгілі бір түсініктер мен образдарды қалыптастырады (Hall, 2021).

Норман Фэйрклоу дискурсты әлеуметтік практиканың ажырамас бөлігі ретінде қарастырып, кез келген тілдік қолданыс қоғамдық құрылымдар мен билік институцияларынан бөлек өмір сүрмейтінін негіздейді (Fairclough, 1995). Атап айтқанда, фрейминг арқылы мәтіндегі негізгі ақпараттық фокус айқындалса, медиа репрезентация концепциясы оқырман санасындағы ғылымның образдық бейнесін таразылауға, ал сыни дискурс-талдау тілдік орамдардағы жасырын мағыналарды ашуға мүмкіндік берді.

Ғылыми коммуникацияның нәтижелілігін бағалауда қамту ауқымы, аудиторияның белсенділігі немесе материалды қарау ұзақтығы сияқты метрикалар жиі қолданылатыны белгілі (Weiß et al., 2024). Десе де, бұл жұмыста оқырман реакциясын тікелей өлшеу мақсат етілген жоқ. Басты назар ғылыми жаңалықтардың медиадағы репрезентациялану тәсілдеріне аударылды. Осыған сәйкес, эмпирикалық талдау кезінде контент-талдау, фрейминг-талдау және сыни дискурс-талдау комбинациясына басымдық берілді.

Әдіснама

Зерттеу кезінде сапалық және сандық әдістерді біріктіретін mixed-methods тәсілін қолдандық. Қазақстан ғылымындағы үш ірі ғылыми жаңалық туралы 72 контентті жинадық. Барлығы мына ғылыми тақырыптар бойынша топтастырылды:

1. Күнсұлу Закария командасының жетістігі – QazVac вакцинасы;
2. Бағдәулет Кенжеалиев жетекшілігімен ашылған жаңалық – селен өндіру технологиясы;
3. Дос Сарбасов командасының жаңалығы – қатерлі ісікке қарсы DVC препараты.

Контент жинау кезінде ғылыми жаңалықтардың түрлі жылда жариялануы ескерілді (QazVac – 2020-2021 жылдар, селен алу технологиясы – 2022 жыл, DVC препараты – 2024-2025 жылдар аралығында). Жиналған 72 материалдың ішінде кейбір контенттің мазмұны қайталанған, кейбірі релиз күйінде дәлме-дәл бірнеше медиада қатар жарияланған. Сондықтан жалпы жиыннан 50 контентті іріктеп алдық.

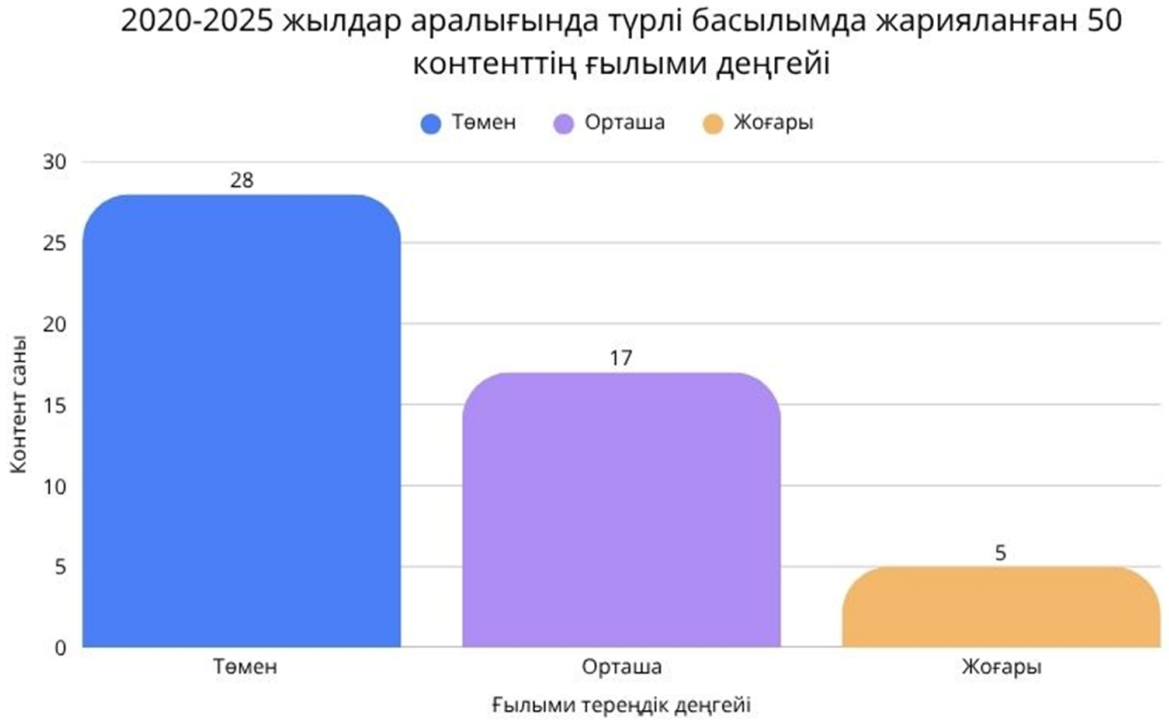
Контент-талдау кезінде әрбір материал мына санаттар бойынша жіктелді: тақырыптық бағыт; ақпараттың дереккөзі (ғалым, мемлекеттік орган, журналист); ғылыми мазмұн деңгейі (жоғары, орташа, төмен); материалдың жанры (жаңалық, талдау, сұхбат), тон (негатив, позитив, нейтрал), дискурс (институционалдық, ғылыми-сыни, идеологиялық). Бұл әдіс ғылыми контенттің құрылымдық ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік берді.

John Mingers пен әріптестері ғылыми білімді бағалау мен жүйелеуде сандық және сапалық көрсеткіштерімен қатар өлшенуге тиіс екенін алға тартады. Яғни ғылыми коммуникацияны бағалауда тек жарияланым саны немесе ақпарат көлемі емес, оның ғылыми тереңдігі, дәлдігі және түсіндірілу деңгейі маңызды екенін меңзейді. Бұл өз кезегіде қазақ медиасындағы ғылыми контентті талдағанда ғылыми тереңдік

категориясын енгізу зерттеудің әдіснамалық негізін күшейтеді (Mingers and Leydesdorff, 2015).

Сондай-ақ осы зерттеу кезінде ғылыми тереңдік деңгейін анықтау мақсатында контенттерді үш деңгейлі шкала бойынша жіктедік. Бұл процесте авторлар ғылыми коммуникация әдебиетіне, ғылыми журналистика стандарттарына сүйенді (Bucchi and Trench, 2021). 50 медиамәтіннің ғылыми мазмұнының толықтығы, зерттеу процесінің сипатталуы, ғылыми механизмдердің түсіндірілуі және дереккөздердің сапасы назарға алынды. Сондай-ақ балама пікір, баланстың сақталуы, ғалымдар, сарапшы мамандар пікірінің қамтылуы да ескерілді. Төмен деңгейге ғылыми мазмұны әлсіз немесе тек ақпараттық сипаттағы материалдар жатқызылды. Орта деңгейдегі материалдарда ғылыми нәтиже туралы ақпарат берілгенімен, зерттеу әдістері мен ғылыми негіз толық ашылмайды, жаңалық ашқан ғалымның біржақты пікірі ғана қамтылады. Ал жоғары деңгейге зерттеу процесі, әдістемесі, ғылыми механизмдер мен нәтижелерге талдау жасалған, сарапшы мамандар пікірі қамтылған, балама зерттеулермен салыстырылған материалдар енгізілді (Сурет 1).

1-сурет. Ғылым тақырыбындағы контенттердің ғылыми тереңдік деңгейлері



Мұндай жіктеу аудитория түсіне алатындай деңгей – ғылыми сауаттылық (scientific literacy), тек ақпарат емес, түсіндіру – public understanding of science (PUS) және science communication model (Bucchi) принциптеріне сүйенеді.

Ғылыми материалдардың сапасын қайта бағалау нәтижесінде зерттеу корпусындағы 50 медиамәтіннің ғылыми тереңдігі 1-диаграммада көрсетілгендей үш деңгейге бөлінді. Нәтижесінде 5 материал жоғары, 17 материал орташа, 28 материал төмен деңгейде деп жіктелді. Контенттер ғылыми мазмұнның толықтығы, дереккөздердің сапасы, ғылыми терминологияның қолданылуы және зерттеу контексінің берілуі критерийлері бойынша бағаланды. Зерттеу ғылыми жаңалықтардың едәуір бөлігі күрделі ғылыми процестерді түсіндіруге емес, оқиға туралы хабарлауға бағытталғанын анықтады.

Жоғары деңгейге енген 5 ғылым тақырыбындағы медиаконтенттің мазмұны толық: мұнда зерттеу процесі, әдістемесі, нәтижелері және олардың практикалық маңызы түсіндірілген. Барлығында баланс сақталған, сарапшылар пікірі бар немесе ғалымдардың өзі пікір білдірген. Мұндай материалдар ғылыми коммуникацияның классикалық моделіне жақын келеді. Онда аудиторияға тек ақпарат беріп қоймай, ғылыми түсінік қалыптастыруға ықпал еткен.

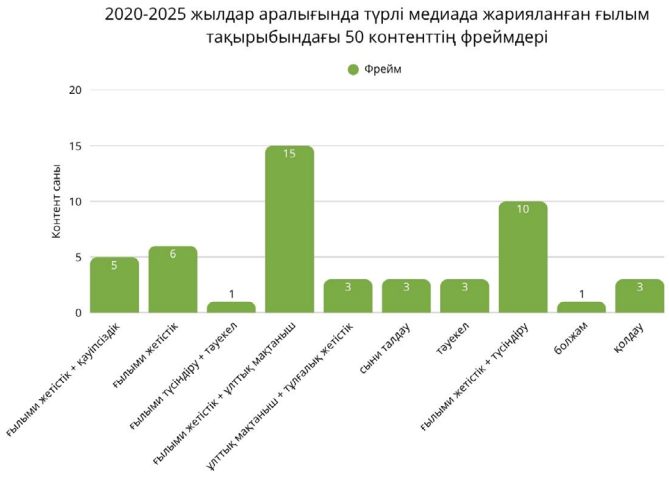
Ал орташа деңгейдегі 17 материалда ғылыми факт көбіне қысқаша түсіндіріледі, бірақ сыни көзқарас берілмеген, әдістемелік немесе теориялық негізі ашылмаған. Мәселен, селен алудың технологиясын ойлап тапқан ғалымнан қысқаша пікір алынады, бірақ оған баланс берілмейді. Бұған дейін қандай технология қолданылып келгені, оның ғылымдағы мазмұны ашып көрсетілмейді. Зерттеуге материал қарастырғанда ғалымның өзінен алынған мазмұнды сұхбат табылмады. Тек шағын пікірі қысқаша қосылып отырған. Сондай-ақ нейтралды позиция сақталмаған. Селен технологиясына қатысты барлық контент позитивті тонда жарияланған. «Ұлттық жетістік», «мақтаныш» фреймдері жиі қолданылады.

Төмен деңгейге жатқызылған 28 материалда ғылыми тереңдік айтарлықтай әлсіз екені анықталды. Бұл материалдарда ғылыми жаңалықтар көбіне ресми мәлімдеме немесе жаңалық форматында беріліп, ғылыми дәлел, зерттеу процесі немесе сараптамалық пікірлер қамтылмайды. Нәтижесінде ғылыми ақпарат публицистикалық немесе насихаттық сипатқа ауысып, оның мазмұны қарапайым аудитория үшін түсінікті болғанымен, ғылыми дәлдік пен контекст жоғалады. Мұндай тенденция қазақ медиасындағы ғылыми коммуникацияның әлі де институционалдық деңгейде қалыптаспағанын және ғылыми журналистиканың аналитикалық формалары жеткіліксіз дамығанын көрсетеді.

Фрейминг-талдау

Фрейминг-талдау Роберт Энтман ұсынған тәсіл негізінде жүргізілді. Материалдар 2-суретте көрсетілгендей бірнеше фрейм бойынша жіктелді. Талдау жасар алдында медиаконтенттерде ғылыми түсіндірудің аз екені болжанған. Бірақ ол негізгі нәтиженің 18,4%-ын қамтыды. (Сурет 2).

2-сурет. Ғылым тақырыбындағы контенттердің фреймдері



Фреймдік құрылымда «инновация» және «технологиялық даму» компоненттері де байқалғанымен, олардың үлесі жүйелі сипатқа ие болмады. Көп жағдайда инновация фреймі дербес емес, «ғылыми жетістік» немесе «ұлттық мақтаныш» фреймдерінің ішінде қосалқы элемент ретінде берілген. Сонымен бірге «қауіп/тәуекел» және «сын/проблема» фреймдерінің үлесі төмен болып шықты. Бұл медиада ғылыми тақырыптарды сыни тұрғыда талдау, балама пікірлерді ұсыну немесе ғылыми процестің шектеулерін көрсету тәжірибесінің әлсіз екенін байқатып отыр. Нәтижесінде медиада ғылыми дискурс көбіне біржақты, позитив сипатта қалыптасқан. Ғылыми жаңалықтар қоғамдық талқылау нысаны ретінде емес, дайын нәтиже кейпінде ұсынылып жатыр. Мұндай репрезентация ғылыми коммуникацияның сапасына әсер етеді, аудиторияның ғылымды толық әрі сыни тұрғыда қабылдау мүмкіндігін шектейді деген тұжырым жасалды.

Сыни дискурс талдау

Зерттеу кезінде Норман Фэйрклоу ұсынған сыни дискурс талдау әдісімен медиамәтіндердің тілдік және идеологиялық құрылымы талданды. Нақтырақ айтқанда, контенттердің нарратив құрылымы, тілдік құралдар (метафора, бағалау), идеологиялық астар, ғылыми және публицистикалық стильдің арақатынасы талданды. Төмендегі диаграммада ұсынылғандай, сыни дискурс талдау нәтижелері медиамәтіндердің тек ақпарат жеткізуші құрал емес, сонымен қатар белгілі бір бағалау позициясын қалыптастыратын дискурстық құрылым екені көрсетілді. Ал тілдік құралдар мен нарратив құрылымы арқылы ғылыми жаңалықтардың қалай интерпретацияланатыны анықталды. Осы тұрғыда жүргізілген тональдік талдау (позитив, негатив, нейтрал) медиадағы ғылыми дискурстың жалпы бағытын айқындауға мүмкіндік берді (Сурет 3).

3-диаграмма. Ғылым тақырыбындағы контенттерді тональдік талдау

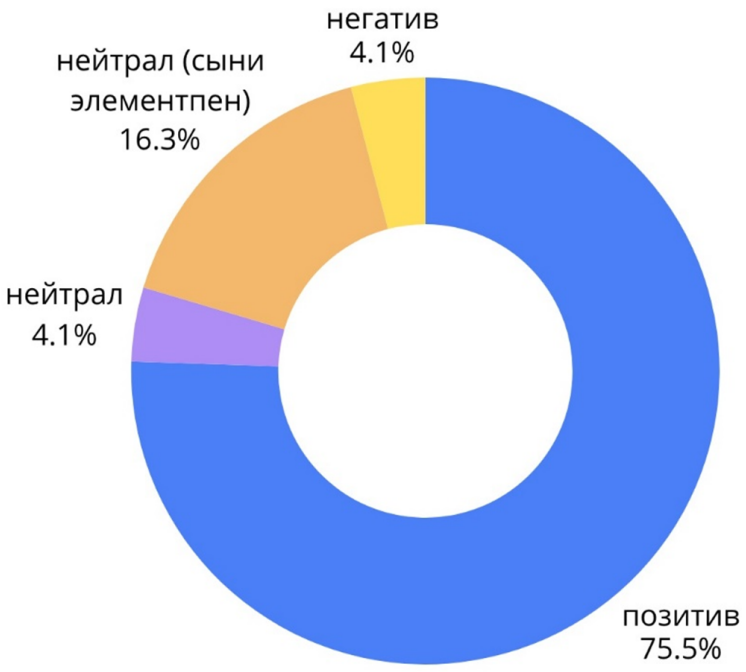


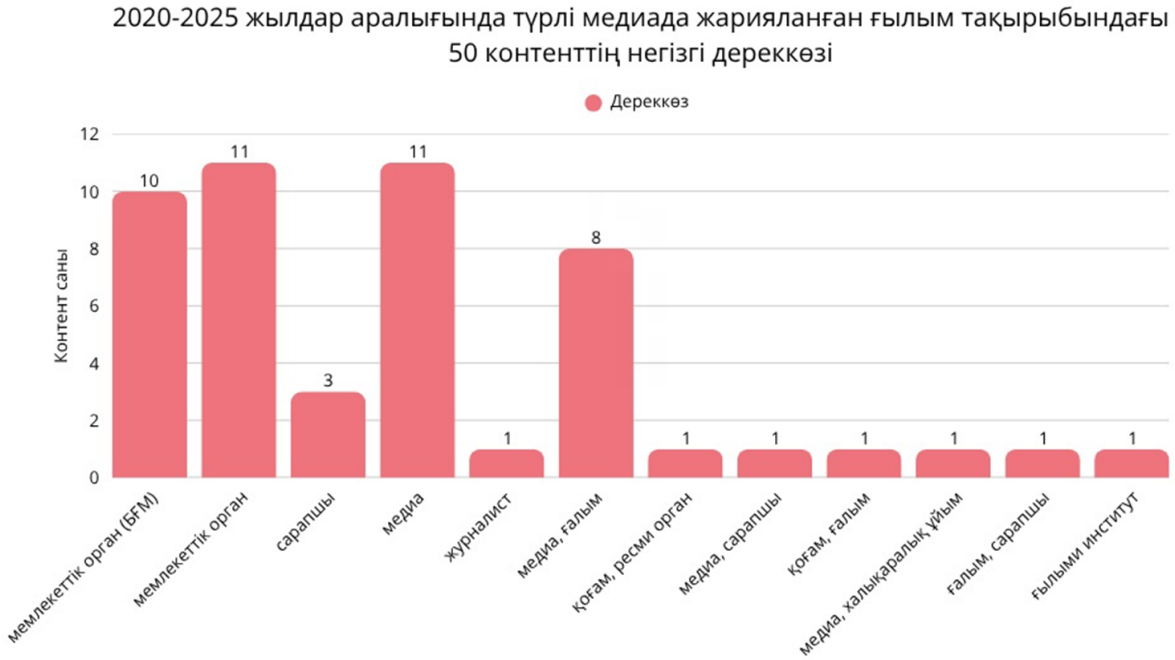
Диаграмма ғылыми жаңалықтардың басым бөлігі позитивті және нейтралды тонда ұсынылатынын көрсетіп тұр. Бұл қазақ медиасы ғылыми ақпаратты көбіне қолдаушы немесе бейтарап позицияда жеткізетінін байқатады.

Позитив тондағы материалдарда ғылыми жаңалықты сипаттайтын «жетістік», «серпіліс», «алғаш рет» деген сияқты сөздер жиі кездеседі. Мұндай сөздер жаңалықтың өзін ғана хабарламай, оған белгілі бір баға да береді. Нейтрал материалдарда баяндау біршама ақпараттық сипатта: ғылыми факт қысқа берілген, автор бағасы аз қосылған. Бірақ мұндай мәтіндерде зерттеудің мәнін ашатын түсіндірме немесе бастапқы дереккөз туралы мәлімет үнемі толық беріле бермейді. Сондықтан материал ғылыми жаңалықты хабарлағанымен, оның мәнін кеңірек түсінуге қажет контекст жетіспей қалады.

Сыни немесе негатив реңктегі материалдар саны көп емес. Оларда ғылыми жаңалықтың ықтимал қауіптері, күмән туғызатын тұстары немесе зерттеу барысындағы шектеулер көбірек жазылған. Мұндай жарияланымдардың ерекшелігі – ғылымды дайын әрі өзгермейтін нәтиже ретінде емес, талқылауға болатын сала ретінде көрсетуі. Алайда олардың жалпы контент ішіндегі үлесі төмен.

Дереккөздерге келгенде де осыған ұқсас жағдай байқалады. Материалдардың 20%-ында Білім және ғылым министрлігіне, 22%-ында басқа мемлекеттік органдарға, соның ішінде Ақорда мен Премьер-министрдің баспасөз қызметіне сілтеме жасалған. Яғни ғылыми жаңалық туралы ақпараттың едәуір бөлігі ресми мекемелер арқылы келген. Мұндай материалдарда ғылыми нәтиже мен ресми позиция қатар беріледі. Соның әсерінен ғылым туралы ақпараттың «жоғарыдан төменге» (top-down) тарайтын үлгісі басым түскенін байқаймыз. Мұнда жаңалықтың ғылыми мазмұнымен қатар оның мемлекеттік немесе имидждік қыры да алдыңғы орынға шығады (Сурет 4).

4-сурет. Контенттердің негізгі дереккөзі



Зерттеуге алынған 50 контенттің 22%-ында дереккөз ретінде тек медиа көрсетілген. Журналистер ақпаратты өзі жинақтап, өңдегенімен, ғылыми сараптама немесе маман пікірі жеткіліксіз болып қалған. Ал 16% материалда медиа мен ғалымның ақпараты қатар берілген. Бұл ғылыми коммуникацияның салыстырмалы түрде тиімді моделіне жақын келеді. Десе де, олардың үлесінің көп болмауы ғылым мен медиа арасындағы тұрақты кәсіби байланыстың әлсіз екенін аңғартады.

Эмпирикалық мәліметтерді сараптау кезінде ғалымдар, сарапшылар, қоғам және ғылыми институттардың медиада ең сирек көзге түсетін дереккөздер қатарында екені белгілі болды (олардың жиынтық үлесі 1%-дан аспайды). Бұл – ғылыми жаңалықтарға арналған материалдардың басым көпшілігінде зерттеу авторының төл пікірі немесе тиісті ғылыми ұйымның ресми түсіндірмесі мүлдем берілмейтінін байқататын елеулі көрсеткіш. Журналистер ақпаратты негізінен мемлекеттік орган өкілдерінің деректеріне сүйеніп таратады. Бұндай тәсілдің кері әсері сол – жаңалықтың өзі хабарланғанымен, ғылыми ізденістің методологиялық барысы, оның іргелі мәні мен зерттеушілердің өз нәтижелеріне берген ішкі бағасы назардан тыс қалады. Бұл тенденция отандық медиакеңістікте ғылыми коммуникацияның көбіне институционалдық-әкімшілік арналармен шектелетінін айғақтайды.

Қорытынды

Зерттеу қазақ медиасындағы ғылыми жаңалықтардың репрезентациясы ғылыми коммуникация моделіне қаншалықты сай келетінін анықтауға бағытталды. Жұмыс барысында ғылым тақырыбында жарияланған контенттердің бірқатар ортақ сипаты байқалды. Ең алдымен, материалдардың басым бөлігінде жаңалықтың негізгі мазмұны берілгенімен, зерттеудің ғылыми мәнін ашатын түсіндірме мен талдау жеткіліксіз. Ғылыми нәтиже көбіне дайын ақпарат ретінде ұсынылады. Ал оны жасаған ғалымның пікірі, зерттеудің ерекшелігі немесе ғылыми ортадағы бағасы, сыны материалда сирек көрінеді.

Бұл жағдай дереккөздерді талдағанымызда да байқалды. Зерттеу нысанына алынған 50 контенттің едәуір бөлігінде мемлекеттік мекемелердің мәліметтері пайдаланылған. Ал ғалымдар, сарапшылар мен ғылыми институттар тікелей ақпарат көзі ретінде шамамен 1% жағдайда ғана кездеседі. Демек, ғылыми жаңалық туралы ақпараттың қайдан алынатыны мен кімнің сөзіне сүйеніп берілуі қажет мәселесі редакциялар мен ғылыми коммуникация саясатын қалыптастырушылардың назарына алынуға тиіс.

Мұның маңызын QazVac туралы медиаконтенттерден байқауға болады. Пандемия кезінде отандық вакцинаның жасалуы мен жетістігі туралы ақпарат кең тарағанымен, медиада оның ғылыми қырын талдайтын, ғалымдардың пікірін қатар беретін немесе түрлі көзқарасты салыстыратын материалдар аз болды. Күнсұлу Закария бастаған зерттеушілер тобының жұмысы әлемдік ғылыми ортада жоғары бағаланғанымен, бұл жетістіктің отандық медиадағы талқылану деңгейі соған сай болмады. Бұл жағдай Бақдәулет Кенжеалиев жетекшілік еткен ғалымдар тобы ашқан селен өндіру технологиясы, Дос Сарбасов бастаған ғалымдар ашқан препарат туралы материалдарда да қайталанды. Осы мысалдар ғылыми жаңалықты жариялау мен оны қоғамға түсіндірудің бір нәрсе емес екенін көрсетеді.

Ғылым туралы ақпараттың мұндай сипатта берілуі ғылыми журналистиканың алдында тұрған мәселені де аңғартады. Жаңалықты хабарлау жеткіліксіз. Оның ғылыми мәнін ашу, ғалымның пікірін беру, нәтижеге қатысты түрлі сын-қисынды қатар көрсету

және қажет жағдайда шектеулерін түсіндіру де журналистің жұмысына енуі керек. Бұл ретте редакциялардың ғылыми орта өкілдерімен тұрақты байланыс орнатуы және ғылыми тақырыпты меңгерген қазақтілді медиамамандардың қалыптасуы маңызды болып отыр.

Авторлардың қосқан үлесі

Қабылғазина К. – зерттеу жұмысына жетекшілік етті, нысандарды анықтауға қатысты, мақаланы сыни тұрғыдан қарап, соңғы нұсқасын бекітті.

Қыдырханова А. – хат-хабар авторы, зерттеу жүргізді, мақаланың барлық бөлімін дайындады.

Дуйшекеева А. – халықаралық тәжірибеге қатысты материалдарды қарастырып, мақаланың ғылыми мазмұнын толықтыруға атсалысты.

Әдебиеттер тізімі

Aiger, M., Elboj, C., Lozano-Blasco, R. and Acero-Ferrero, M. (2026) 'Science communication in social media: Analysis of success on TikTok, Instagram, and YouTube across scientific disciplines', Computers in Human Behavior, 177, 108866. doi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108866

Bostrom, R.P. and Heinen, J.S. (1977) 'MIS problems and failures: A socio-technical perspective. Part I: The causes', MIS Quarterly, 1(3), pp. 17–32. doi: https://doi.org/10.2307/248710

Bucchi, M. (2004) Science in society: An introduction to social studies of science. London: Routledge. doi: https://doi.org/10.4324/9780203299739

Bucchi, M. and Trench, B. (eds) (2021) Routledge handbook of public communication of science and technology. 3rd edn. London: Routledge. doi: https://doi.org/10.4324/9781003039242

Burns, T.W., O'Connor, D.J. and Stocklmayer, S.M. (2003) 'Science communication: A contemporary definition', Public Understanding of Science, 12(2), pp. 183–202. doi: https://doi.org/10.1177/09636625030122004

Chan, H.-Y., Cheung, K.K.C. and Erduran, S. (2023) 'Science communication in the media and human mobility during the COVID-19 pandemic: A time series and content analysis', Public Health, 218, pp. 106–113. doi: https://doi.org/10.1016/j.puhe.2023.03.001

Entman, R.M. (1993) 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm', Journal of Communication, 43(4), pp. 51–58. doi: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Fairclough, N. (1995) Media discourse. London: Edward Arnold.

Hall, S. (2021) 'The work of representation', in Prentki, T. and Abraham, N. (eds) The applied theatre reader. 2nd edn. London: Routledge, pp. 74–76.

He, M. (2017) 'The science communication in context of new media: The case of science journalism', Journalism and Mass Communication, 7(8), pp. 446–451. doi: https://doi.org/10.17265/2160-6579/2017.08.002

Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media', Business Horizons, 53(1), pp. 59–68. doi: https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Mingers, J. and Leydesdorff, L. (2015) 'A review of theory and practice in scientometrics', European Journal of Operational Research, 246(1), pp. 1–19. doi: https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.04.002

van Wee, B. (2025) 'Communication between science, policy and the media: Lessons for researchers', Urban Transitions, 1, 100002. doi: https://doi.org/10.1016/j.ubtr.2025.100002

Weiß, M., Gollwitzer, M. and Hewig, J. (2024) 'Social influence and external feedback control in humans', F1000Research, 12, 438. doi: https://doi.org/10.12688/f1000research.133295.3

Wind, Y. (1978) 'Issues and advances in segmentation research', Journal of Marketing Research, 15(3), pp. 317–337. doi: https://doi.org/10.1177/002224377801500302

Есенбекова, Ұ.М. (2020) 'Ғылыми жетістіктерді медиа арқылы насихаттау мен түсіндірудің ағартушылық парадигмасы', Хабаршы. Журналистика сериясы, 55(1), 76–85-бб. doi: https://doi.org/10.26577/HJ.2020.v55.i1.08

Есенбекова, Ұ.М. and Құтым, Б. (2020) 'Ғылыми коммуникацияның ақпарат дәуіріндегі ерекшеліктері', Хабаршы. Журналистика сериясы, 56(2), 114–122-бб. doi: https://doi.org/10.26577/HJ.2020.v56.i2.11

К. Кабылгазина[1], А. К. Кыдырханова*[2], А. Т. Дуйшекеева[3]

[1,2]Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

[3]Кыргызский национальный университет имени Жусипа Баласагына, Бишкек, Кыргызстан

Проблемы фреймирования научного контента в казахстанских медиа

Аннотация. Целью статьи было определить, как тема науки представлена в казахстанских СМИ, как происходит медийное освещение научных новостей и как это влияет на научную грамотность в обществе. Исследование проводилось с использованием методов критического дискурс-анализа, фрейминга и контент-анализа. В качестве эмпирического источника были выбраны 72 медиаматериала, опубликованных в независимых и государственных онлайн-изданиях в период с 2020 по 2025 год. В исследовании также учитывались языковые средства и нарративы научных новостей в медийном дискурсе, научный уровень текстов и сохранение баланса мнений в содержании.

В результате анализа было установлено, что доля государственных органов как основного источника контента по теме науки значительно выше. Более 75% медиатекстов представлены в позитивном тоне. Объяснение ученого, проводившего научное исследование, или его оценка в научном сообществе встречаются в материалах редко. Выявлено, что информация об альтернативных мнениях и возможных рисках научных новостей редко включается в текст. Это приводит к формированию одностороннего мнения о казахстанской науке, часто ограничивающегося рамками «национальной гордости» и «успеха».

Проведенное исследование стало основой для выявления важности пересмотра политики научной коммуникации в казахстанских СМИ. Оно также указало на необходимость укреплять связи между редакциями и научным сообществом, развивая направление по популяризации науки.

Ключевые слова: научная коммуникация, фрейминг, контент-анализ, научная журналистика, критический дискурс-анализ.

K. Kabylgazina[1], A. K. Kydyrkhanova*[2], A. T. Duishekeeva[3]

[1,2]Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan
[3]Jusip Balasagyn Kyrgyz National University, Bishkek, Kyrgyzstan

The framing of scientific content and issues of science popularization in Kazakhstani media

Abstract. The aim of this article was to determine how the topic of science is presented in the Kazakhstani media, how scientific news is covered by the media, and how this influences public scientific literacy. The study employed critical discourse analysis, framing, and content analysis. The empirical data consisted of 72 media items published in independent and state-owned online outlets between 2020 and 2025. The study also examined the linguistic devices and narratives used in science news, the scientific depth of the texts, and the balance of perspectives presented.

The analysis revealed that state bodies are the primary source of science-related content. More than 75% of the media texts convey a positive tone. Explanations from the scientists conducting the research or assessments from the broader scientific community appear rarely in the coverage. Information regarding alternative viewpoints and potential risks associated with scientific developments is seldom included. This fosters a one-sided perception of science in Kazakhstan, often confined to narratives of "national pride" and "success."

The study highlights the importance of revising science communication policies within Kazakhstani media. It also underscores the need to strengthen ties between newsrooms and the scientific community and to establish a professional approach to explaining science.

Keywords: science communication, framing, content analysis, science journalism, critical discourse analysis.

References

Aiger, M., Elboj, C., Lozano-Blasco, R. and Acero-Ferrero, M. (2026) 'Science communication in social media: Analysis of success on TikTok, Instagram, and YouTube across scientific disciplines', Computers in Human Behavior, 177, article 108866. doi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108866

Bostrom, R.P. and Heinen, J.S. (1977) 'MIS problems and failures: A socio-technical perspective. Part I: The causes', MIS Quarterly, 1(3), pp. 17–32. doi: https://doi.org/10.2307/248710

Bucchi, M. (2004) Science in society: An introduction to social studies of science. London: Routledge. doi: https://doi.org/10.4324/9780203299739

Bucchi, M. and Trench, B. (eds) (2021) Routledge handbook of public communication of science and technology. 3rd edn. London: Routledge. doi: https://doi.org/10.4324/9781003039242

Burns, T.W., O'Connor, D.J. and Stocklmayer, S.M. (2003) 'Science communication: A contemporary definition', Public Understanding of Science, 12(2), pp. 183–202. doi: https://doi.org/10.1177/09636625030122004

Chan, H.-Y., Cheung, K.K.C. and Erduran, S. (2023) 'Science communication in the media and human mobility during the COVID-19 pandemic: A time series and content analysis', Public Health, 218, pp. 106–113. doi: https://doi.org/10.1016/j.puhe.2023.03.001

Entman, R.M. (1993) 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm', Journal of Communication, 43(4), pp. 51–58. doi: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Fairclough, N. (1995) Media discourse. London: Edward Arnold.

Hall, S. (2021) 'The work of representation', in Prentki, T. and Abraham, N. (eds) The applied theatre reader. 2nd edn. London: Routledge, pp. 74–76.

He, M. (2017) 'The science communication in context of new media: The case of science journalism', Journalism and Mass Communication, 7(8), pp. 446–451. doi: https://doi.org/10.17265/2160-6579/2017.08.002

Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media', Business Horizons, 53(1), pp. 59–68. doi: https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Mingers, J. and Leydesdorff, L. (2015) 'A review of theory and practice in scientometrics', European Journal of Operational Research, 246(1), pp. 1–19. doi: https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.04.002

van Wee, B. (2025) 'Communication between science, policy and the media: Lessons for researchers', Urban Transitions, 1, article 100002. doi: https://doi.org/10.1016/j.ubtr.2025.100002

Weisenburger, P. (2025) '50 shades of hydrogen: A perspective on definitions in science and public communication', Energy Research & Social Science, 129, article 104346. doi: https://doi.org/10.1016/j.erss.2025.104346

Weiß, M., Gollwitzer, M. and Hewig, J. (2024) 'Social influence and external feedback control in humans', F1000Research, 12, article 438. doi: https://doi.org/10.12688/f1000research.133295.3

Wind, Y. (1978) 'Issues and advances in segmentation research', Journal of Marketing Research, 15(3), pp. 317–337. doi: https://doi.org/10.1177/002224377801500302

Yesenbekova, U.M. (2020) 'Gylymi zhetistikterdi media arqyly nasikhattau men tusindirudin agartushylyq paradigmasy' [The educational paradigm of promoting and explaining scientific achievements through the media], Khabarshy. Zhurnalistika seriyasy, 55(1), pp. 76–85. doi: https://doi.org/10.26577/HJ.2020.v55.i1.08 [in Kazakh].

Yesenbekova, U.M. and Kutym, B. (2020) 'Gylymi kommunikatsiyanyn aqparat dauirindegi erekshelikteri' [Features of scientific communication in the information age], Khabarshy. Zhurnalistika seriyasy, 56(2), pp. 114–122. doi: https://doi.org/10.26577/HJ.2020.v56.i2.11 [in Kazakh].

Information about the authors:

Kabylgazina K. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Print and Electronic Media, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University, 71 Al-Farabi Avenue, 050040, Almaty, Kazakhstan.

Kydyrkhanova A. – corresponding author, doctoral student, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University, 71 Al-Farabi Avenue, 050040, Almaty, Kazakhstan.

Duishekeeva A. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Journalism Programme, Institute of Journalism and Communication, Jusup Balasagyn Kyrgyz National University, 547 Frunze Street, 720033, Bishkek, Kyrgyzstan.

Авторлар туралы мәлімет:

Қабылғазина К. – филология ғылымдарының кандидаты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті Журналистика факультетінің Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының доценті, Әл-Фараби даңғылы 71, 050040, Алматы, Қазақстан.

Қыдырханова А. – хат-хабарға жауапты автор, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті Журналистика факультетінің докторанты, Әл-Фараби даңғылы 71, 050040, Алматы, Қазақстан.

Дүйшекеева А. – филология ғылымдарының кандидаты, Жүсіп Баласағұн атындағы Қырғыз ұлттық университеті Журналистика және коммуникация институтының Журналистика бағдарламасының доценті, Фрунзе көшесі 547, 720033, Бішкек, Қырғызстан.

Сведения об авторах:

Кабылгазина К. – кандидат филологических наук, доцент кафедры печати и электронных СМИ факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050040, Алматы, Казахстан.

Кыдырханова А. – автор-корреспондент, докторант факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050040, Алматы, Казахстан.

Дуйшекеева А. – кандидат филологических наук, доцент программы журналистики Института журналистики и коммуникации Кыргызского национального университета имени Жусупа Баласагына, ул. Фрунзе, 547, 720033, Бишкек, Кыргызстан.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

ISRTI 316.772.5
Scientific article

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-98-113

Algorithmic Management and "Filter Bubbles": A Comparative Analysis of Regulatory Approaches in the European Union, the USA, Kazakhstan, and Russia

X. Wang *[1], L. Mukhtar[2], K. Nigmatullina[3]

[1,2] Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan
[2]Almaty Technological University, Almaty, Kazakhstan
[3]Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

(E-mail: [1] wangxiaojing1001@gmail.com, [2]mukhtar.l@atu.edu.kz, [3]k.nigmatulina@spbu.ru)

Abstract. The “filter bubble”— a phenomenon driven by algorithmic recommendation systems — is reshaping the information ecosystem in the intelligent media era and has emerged as a critical governance challenge across jurisdictions.

This study compares algorithmic governance models in the European Union, the United States, Kazakhstan, and Russia across four analytical dimensions: normative values, regulatory instruments, effectiveness in mitigating filter bubble effects, and structural contextual constraints. Drawing on a qualitative, multi-source methodology that integrates comparative legal analysis, normative interpretation, and a systematic review of legislation, policy documents, and peer-reviewed scholarship, the research develops a multidimensional analytical framework.

Findings reveal distinct institutional logics and trade-offs. The EU prioritizes rights-based regulation anchored in fundamental freedoms and data protection; the United States emphasizes market-led self-regulation; Kazakhstan pursues a phased, sovereignty-oriented strategy; and Russia adopts a state-centric model grounded in digital sovereignty and centralized algorithmic control.

None of these models fully addresses the systemic nature of algorithmic risks. Rights-based frameworks may constrain innovation, market-driven approaches often lack accountability, and highly centralized control may undermine transparency and pluralism. Accordingly, this study advances the concept of “balanced collaborative governance”, promoting algorithmic transparency, institutional accountability, and cross-jurisdictional cooperation as a pathway toward sustainable algorithmic governance.

Key words: filter bubble; algorithmic governance; intelligent media; comparative regulatory analysis; collaborative governance.

Received: 14.04. 2026; Accepted: 5.09. 2026; Available online: 30.09.2026

***author for correspondence**

Introduction

The 2025 edition of the Digital News Report, published by the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford, documents a sustained and significant increase in the consumption of news via video formats. Across all surveyed markets, the proportion of individuals accessing news through video content on social platforms rose from 52% in 2020 to 65% in 2025, while the overall percentage of those viewing any form of video news increased from 67% to 75% (Reuters Institute, 2025). Within this evolving media landscape, algorithmic recommendation systems have consolidated their position as the primary mechanism for information curation and dissemination. The evolution of these systems not only reconfigures the operational logics of media organisations and digital platforms but also fundamentally restructures the broader public information ecosystem—its architecture, dynamics, and normative foundations. However, algorithmic processes are inherently susceptible to biases that may intensify informational homogeneity, reinforce ideological polarisation, and entrench existing prejudices. In this context, algorithms transcend their technical function: they reshape the relationship between individual cognition, collective social consensus, and institutional technological power, thereby constituting a governance challenge of substantial practical urgency and acute scholarly significance.

Notwithstanding the prominence of algorithmic governance on the global policy agenda and within academic discourse, systematic research that integrates cross-jurisdictional comparison with constructive theoretical development remains at an incipient stage. The extant literature is predominantly oriented toward the exegesis of regional regulatory frameworks—most notably those of Europe and the United States—or toward critical assessments of technical ethics, yet it lacks sustained comparative inquiry into the political, economic, and cultural determinants that underpin divergent governance paradigms. Even more conspicuously absent are innovative efforts to synthesise a comparative governance framework on the basis of comprehensive cross-national analysis. While the societal ramifications of "filter bubbles"—including the fragmentation of the public sphere, the erosion of democratic deliberation, and the attenuation of cultural pluralism—have attracted extensive scholarly attention, current governance debates frequently devolve into binary oppositions: rights versus security, market versus state. What remains lacking is an integrated governance approach capable of effectively coordinating multiple stakeholders, reconciling competing values, and deploying a diversified toolkit of policy instruments.

Consequently, this study seeks to move beyond reductionist judgments of model superiority and instead endeavours to construct a more adaptive, resilient, and inclusive framework of "balanced collaborative governance." This framework is intended to meet the governance demands posed by complex algorithmic risks in the age of intelligent media, while offering both theoretical reference and practical insight for the cultivation of a more open, robust, and sustainable global digital information ecosystem.

Literature Review

As a paradigmatic manifestation of informational distortion in the intelligent media era, the phenomenon of "filter bubbles" warrants investigation through governance pathways grounded in robust theoretical traditions and diverse regional practices. This review systematically surveys the relevant literature across three axes: the conceptual genesis of the filter bubble

theory, cross-national regulatory models, and the limitations of existing scholarship, thereby establishing the theoretical departure point and academic positioning of the present study.

Conceptual Origins, Mechanistic Analysis, and Risk Evolution of Filter Bubble Theory

The concept of the "filter bubble" was first systematically articulated by Internet activist Eli Pariser in his influential monograph, The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Pariser posited that personalised algorithms, by inferring user preferences through behavioural data, inadvertently construct an epistemic enclosure saturated with ideologically consonant information (Pariser, 2011). This mechanism progressively distances users from dissenting viewpoints and cognitively dissonant content. The concept establishes a profound dialogical and genealogical relationship with several canonical theories within the communication studies tradition. Kathleen Hall Jamieson and Joseph N. Cappella, in Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment, elaborated the notion of the "echo chamber," wherein homophilous social networks within digital media environments reinforce in-group beliefs and potentially accelerate processes of opinion extremisation (Jamieson & Cappella, 2008). By contrast, the filter bubble construct centres specifically on the passive, automated curation and dissemination of content performed by platform algorithms on the basis of user data. Zuiderveen Borgesius and colleagues, in their seminal article "Should We Worry About Filter Bubbles?" underscored the role of social network homophily, noting that its effects manifest primarily through group-level interactions, whereas filter bubbles operate directly at the individual level of information access interfaces (Zuiderveen Borgesius et al., 2016).

With respect to generative mechanisms, scholarly consensus has coalesced around the concept of "tripartite collusion." First, from a political economy perspective, the logic of "surveillance capitalism" constitutes the fundamental driving force within the platform economy. As Zuboff contends, the core business model of digital platforms entails the behavioural datafication of human activity and the algorithmic prediction and modulation of user behaviour for commercial gain (Zuboff, 2019). This imperative inevitably results in the maximal extraction of user attention, rather than the provision of informational welfare. The optimisation objectives of algorithms—whether click-through rates, session duration, or engagement metrics—are directly aligned with this capital logic.

Second, from the standpoint of cognitive psychology, Nickerson examined the role of "confirmation bias" and "cognitive heuristics", demonstrating that users exhibit a systematic tendency to access and credit information that corroborates their pre-existing beliefs (Nickerson, 1998). Algorithms continuously learn from and amplify such preferences, thereby rendering the individual's informational "comfort zone" increasingly entrenched. Third, from a philosophy-of-technology perspective, the complexity, proprietary nature, and opacity of algorithms constitute a "technical black box", rendering their decision-making processes resistant to external scrutiny, audit, and oversight. As Pasquale (2015) observes, this opacity not only gives rise to ethical quandaries concerning algorithmic fairness and accountability but also substantially compounds the difficulties of governance (Pasquale, 2015).

As research has progressed, the scope of filter-bubble-related risks has expanded from the individual cognitive level to encompass macroscopic social and global governance dimensions. At the individual level, Pariser explores the erosion of users' informational autonomy, independent decision-making capacity, and critical thinking faculties (Pariser, 2011). At the socio-political level, a substantial body of empirical work has demonstrated that filter bubbles exacerbate social group polarisation, undermine the foundations of rational deliberation in the public sphere, and have even influenced critical political processes, including electoral outcomes.

In the policy domain, the European Union model is widely regarded as paradigmatic of a rights-based regulatory approach. Existing scholarship has devoted considerable attention to its landmark legislative instruments. Voigt and von dem Bussche, in their comprehensive guide to the General Data Protection Regulation (GDPR), note that through the principles of "privacy by design" and "privacy by default," the GDPR endows users with a robust suite of rights—including the "right to erasure"—that directly constrain the data foundations of personalised algorithms (Voigt & von dem Bussche, 2017). The academic community generally recognises the high standards, deterrent effect, and systemic coherence of the EU model. Nonetheless, Bradford, in The Brussels Effect: How the European Union Rules the World, cautions that the high compliance costs associated with this framework may impede innovation, particularly for small and medium-sized enterprises, and emphasises the persistent gap between legal regulation and technological iteration (Bradford, 2019).

In contrast, the American approach has consistently been anchored in the constitutional tradition of free expression enshrined in the First Amendment and the ideology of free markets. Kosseff, in The Twenty-Six Words That Created the Internet, observes that Section 230 of the Communications Decency Act granted interactive computer service providers broad immunity from liability for third-party content, a provision widely regarded as the "cornerstone" of the U.S. internet industry's prosperity (Kosseff, 2019). The Federal Trade Commission's 2020 Annual Highlights indicate that U.S. enforcement relies primarily on ex post accountability for "unfair or deceptive acts or practices," complemented by soft regulatory measures such as industry self-regulation, technical ethics guidelines, and transparency reporting (FTC, 2020). However, as Citron and Wittes argue in their critique of Section 230 immunity, this model, while highly flexible and demonstrably conducive to technological innovation, exhibits increasingly pronounced "governance failures" in addressing systemic risks such as misinformation and social fragmentation, prompting intensifying calls for statutory reform (Citron & Wittes, 2017).

Kazakhstan, by contrast, has pursued a gradualist governance path under the guiding principle of "sovereignty guarantee." As the country's digitalisation accelerates and its distinctive role in the Eurasian digital governance landscape becomes more salient, scholarly interest has correspondingly grown. Academic observers suggest that Kazakhstan's digital governance has neither adopted a rigid, state-centric control model nor embraced a fully laissez-faire market approach. Rather, it has instituted a phased governance trajectory grounded in the foundational imperatives of digital sovereignty and national security, while actively pursuing alignment with international regulatory norms and technological development. The 2013 Personal Information Protection Law of the Republic of Kazakhstan (subsequently amended) represents a milestone legislative act, establishing core principles such as data localisation, thereby reflecting the state's sovereign prerogatives in regulating cross-border data flows. Simultaneously, its legislative process and regulatory practice evince a selective adoption and local adaptation of international standards—particularly the EU GDPR—aimed at reconciling the dual objectives of sovereignty control and integration into the global digital economy. Scholars have interpreted this as indicative of Kazakhstan's prudent exploration of a "third path" between the Russian "digital sovereignty" model, the EU "rights-regulation" model, and its own developmental exigencies.

In their examination of BRICS countries, Bronnikova et al. analyse how the "Sovereign Internet Law" seeks to achieve autonomous control over cyberspace through a combination of technical and legal measures (Bronnikova et al., 2025). Nocetti, in his study of Russia's internet policy, characterises this approach as a paradigmatic instance of pursuing absolute control over the information space under geopolitical duress (Nocetti, 2015). The literature generally concurs

that while this model may effectively mitigate external information threats in the short term, over the longer term it risks producing "digital islands" that undermine the openness of the internet and the nation's long-term technological competitiveness.

Notwithstanding the substantial corpus of country-specific research, systematic comparative studies that situate the four models—European, American, Kazakh, and Russian—within a unified analytical framework remain notably scarce. The existing comparative literature is predominantly concentrated on transatlantic (EU–U.S.) comparisons. Studies that incorporate Russia's "digital sovereignty" paradigm into a four-party comparative design are especially limited. Moreover, these comparative efforts frequently suffer from methodological constraints, often proceeding from a single disciplinary perspective—law or technology—and lacking a comprehensive analytical framework that integrates political, economic, cultural, and geostrategic dimensions.

Most such studies merely delineate model characteristics and enumerate respective advantages and disadvantages, without leveraging comparative insights to propose innovative, operational, and integrated governance solutions. The present paper therefore aims to address this lacuna. By constructing a systematic, multi-dimensional comparative analytical framework that positions the four models in a posture of equal dialogical engagement, it seeks to transcend simplistic superiority-inferiority judgments and conduct an in-depth examination of their generative logics and conditions of applicability. The ultimate objective is not merely descriptive or explanatory comparison, but "constructive" comparison—drawing on the wisdom embedded in divergent models to articulate a novel "balanced collaborative governance" pathway capable of responding to the complexities of the intelligent media era. This, we contend, constitutes the core academic contribution of the present research.

Materials and Methods

This study adopts a comparative case-study approach as its principal methodological strategy, guided by the principles of both "most similar systems design" and "most different systems design". The selected cases—the European Union, the United States, Kazakhstan, and Russia—represent four distinct and highly influential "ideal types" within the global digital governance architecture. Their divergence yields substantial explanatory power and affords robust contrastive leverage.

To ensure the reliability and validity of the findings, the study employs triangulation, drawing upon diverse data sources, as follows:

Legislative and Policy Documents

EU: The full text of the General Data Protection Regulation (Regulation (EU) 2016/679), the Digital Services Act (Regulation (EU) 2022/2065) along with its legislative interpretation, and the text of the Artificial Intelligence Bill (Proposal).

USA: The original version of Section 230 of the Communications Decency Act (47 U.S.C. § 230), relevant guidelines, and enforcement cases of the Federal Trade Commission (FTC).

Kazakhstan: The full-fledged text of the Law of the Republic of Kazakhstan on Personal Information and Its Protection, the key provisions of the Information and Communication Technology Law of the Republic of Kazakhstan, and relevant regulations regarding information infrastructure in the National Security Law of the Republic of Kazakhstan.

Russia: The text of Federal Law No. 90-FZ "On Ensuring the Stable Operation of the Russian

Internet" (i.e., the Sovereign Internet Law), associated presidential decrees, and government resolutions.

Official Reports and Statements:

Evaluation report by the European Commission and the European Data Protection Board (EDPB).

Record of the US Congress hearing and the FTC annual report.

Annual report and related policy clarifications issued by the Ministry of Digital Development, Innovation and Aerospace Industry of Kazakhstan.

Official statement from the Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of Russia.

Academic Literature

A systematic search was conducted across Web of Science, Scopus, and the China National Knowledge Infrastructure (CNKI), targeting highly-cited papers and authoritative reviews on topics including "filter bubble", "algorithmic governance", "platform supervision", and "digital sovereignty". In addition, relevant research reports and international organization documents were systematically collected.

Building upon this comprehensive review, the research endeavours to explore an algorithmic collaborative governance pathway that transcends any single model through systematic comparative analysis. To this end, a mixed-method approach, primarily qualitative in orientation, was employed, and a multi-level theoretical and analytical framework was established. The study is conducted from the theoretical vantage point of "New Institutionalism", with particular attention to the approaches of historical institutionalism and comparative institutional analysis. The research posits that cross-national variations in algorithmic governance pathways are not fortuitous but are the products of "institutional legacies" and "path dependence" shaped by specific political systems, legal traditions, economic models, and geopolitical strategic positions within the international system. Accordingly, understanding any given governance model requires situating it within a specific "institutional matrix". On this basis, the research develops a "concept–tool–efficacy–context" systematic comparative analytical framework (see Figure 1), which moves beyond the mere enumeration of policy instruments to probe deeply into the internal logics and external constraints of each model.

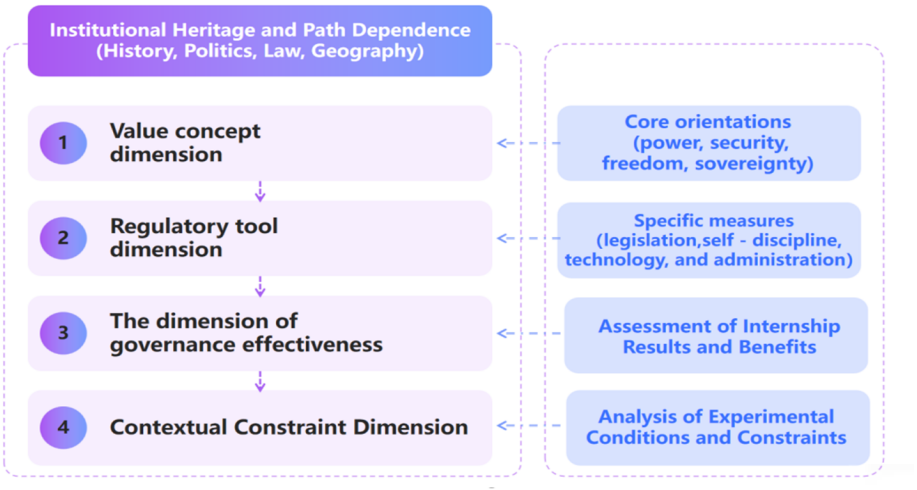


Figure 1: Schematic Diagram of the Four-Dimensional Analysis Framework
Note: Drawn by the author; no AI tools were used

To implement the aforementioned theoretical framework, the research employs specific methods, primarily qualitative content analysis and process-tracing. In the qualitative content analysis phase, textual materials were systematically coded using MaxQDA qualitative analysis software. The coding process proceeded in three stages: (1) Open coding: Initial concepts related to "filter bubbles" were extracted through close reading, encompassing causes, risks, governance philosophies, tools, effects, and challenges (e.g., "data rights," "platform responsibility," "algorithm transparency," "sovereign security"). (2) Axial coding: Initial concepts were classified into the pre-established four-dimensional framework (concepts, tools, efficacy, context), and relationships among categories were established. For instance, "the right to erasure" and "data minimisation" were categorised as "specific tools under the EU rights concept." (3) Selective coding: Core storylines were extracted to explain how each case proceeds from a specific concept, through a particular combination of tools, to generate specific effects and limitations within a given context. Concurrently, process-tracing was employed to conduct a diachronic examination of each case, exploring the dynamic processes by which key policies emerged, were debated, formulated, and implemented. Key actors, focal points of debate, and decision nodes were identified, and the causal mechanisms underlying the formation of each governance model were revealed.

Following the descriptive and interpretive comparative analysis, the final phase of the research adopts a "normative theory construction" approach. This enables a progressive movement from "deep description" to "causal explanation," and subsequently to "normative construction," systematically addressing the central question of how to overcome the governance predicament posed by "filter bubbles."

Discussion and Results

The research process adheres to the logical sequence of "data collection–coding analysis–in-depth case description–comparative integration," comprehensively employing qualitative content analysis and process-tracing to ensure systematicity and depth.

With respect to primary materials, core legal texts and policy documents were downloaded and organised from the official legislative and regulatory websites of each country. These included the full texts of the EU GDPR, DSA, AIA proposals, and legislative memoranda; the original text of Section 230 of the U.S. Communications Decency Act and a compilation of relevant FTC enforcement cases; key provisions of the Kazakhstan Personal Information and Protection Law, Information Communication Technology Law, and National Security Law, as well as the Russian Sovereign Internet Law and related presidential decrees. Concurrently, official developments such as European Commission and U.S. congressional hearing records, and official reports from the Kazakh and Russian ministries were tracked and archived. Statements from international organisations including the OECD and UNESCO were also collected. All materials were compiled into a chronological policy evolution archive. For secondary materials, combined keyword searches were performed in Web of Science, Scopus, and CNKI using English and Chinese keywords including "filter bubble," "algorithmic governance," "algorithmic recommendation governance," and "digital sovereignty." Academic papers with high citation rates, published in authoritative journals between 2020 and 2025, were selected. In addition, special reports from prominent domestic and international think tanks during the same period, as well as relevant

guidelines and assessment reports from the OECD and UNESCO, were systematically collected. All materials were classified and archived by country and theme, and imported into MaxQDA 2022 for unified management.

Following systematic data filing, the subsequent analytical procedures were formally initiated.

Step 1: Open Coding

Based on a comprehensive initial review of all materials, sentence-by-sentence or paragraph-by-paragraph tagging was performed to formulate initial concepts. From U.S. congressional hearing records, concepts such as "Section 230 exemption," "platform self-regulation," and "freedom of speech market" were extracted. From the Chinese "Algorithm Recommendation Management Regulations", concepts including "algorithm filing," "primary responsibility," and "mainstream value orientation" were derived. From Russian policy discussions, "information sovereignty," "technological autonomy," and "RuNet" were identified. From the academic literature, concepts such as "surveillance capitalism," "confirmation bias," "algorithm black box," and "social polarisation" were extracted.

Step 2: Axial Coding

Based on the pre-established "four-dimensional analysis framework", the initial concepts generated during the open coding were classified and interconnected to form more generalized categories.

Conceptual Dimension: "data rights" and "privacy protection" were classified under the "European rights-based concept"; "market freedom" was classified as "American market liberalism"; "technology development orientation" was classified under the "Kazakhstan balance of sovereignty concept"; and "digital sovereignty" was classified under the "Russian sovereignty control logic".

Tool Dimension: "Heavy fines" and "algorithm transparency reports" were classified as "rigid legal tools of the EU"; "liability exemption clause", "post-event FTC enforcement" and "industry self-regulatory guidelines" were classified as "soft regulatory tools of the United States"; "selective legislation" (e.g., data localization), "technical standard guidelines" and "flexible regulatory measures" were classified as "gradual adaptation tools of Kazakhstan"; "infrastructure disconnection", "data localization", and "mandatory content deletion" were classified as "technical control tools of Russia".

Performance and Challenges Dimension: Categories such as "high compliance costs" and "governance failure" were formed.

Contextual dimension: Elements including "post-Soviet transition countries", the "geographical location of Eurasian hub", and "geopolitical pressure" were incorporated as background categories to understand the genesis of each model.

Step 3: Selective Coding

Building on axial coding, each case was integrated around its core narrative, and the "storyline" traversing all dimensions was extracted.

EU Storyline: Guided by the highest principle of safeguarding basic rights, it establishes a systematic and high-standard legal framework to regulate the global platform economy in a reverse manner, attaining the "Brussels Effect". However, it confronts challenges such as legal lag and compliance burden.

US Storyline: In the context of the free-market tradition and freedom of speech, it relies on

platform self-discipline and post-event accountability to promote technological prosperity. Nevertheless, it experiences governance failures in the face of systemic risks and is currently in a period of paradigm loosening and adjustment.

Kazakhstan Storyline: As a crucial hub on the Eurasian continent, its governance strategy endeavors to strike a balance between safeguarding digital sovereignty and fostering technological advancement. It establishes fundamental regulations through a phased legislative process and leverages international expertise in key domains. The objective is to integrate into the global digital ecosystem while upholding national information security and social stability. The long-term challenge it faces is how to adapt to the rapidly evolving technological landscape with limited resources and prevent being placed in a disadvantageous position among major digital powers.

Russian Storyline: Driven by geostrategic security concerns, it strengthens control over the information space through legislation and technical means, achieving short-term defense objectives. However, this may result in long-term technological isolation and the formation of "digital islands".

After completing text encoding and pattern extraction, the study further employed process-tracing to conduct in-depth analysis of key policy cases. The key policy nodes in each case were tracked throughout the policy cycle. Taking the evolution of Kazakhstan's Personal Information Protection Law as an example, the entire process from initial legislative proposal to final implementation was traced. The legislative proposal was initially influenced by international regulations, such as those of the Eurasian Economic Union and the EU GDPR. Subsequently, the draft underwent multiple rounds of domestic consultations and revisions before final passage and the introduction of supporting implementation measures. By analysing revisions across draft versions, official explanations, and industry adaptation feedback, several key decision points were identified, including: establishing the basic framework for data localisation; clarifying the central role of national institutions in supervising data flows; and seeking a balance between the protection of individual rights and national security. This suggests that Kazakhstan tends to adopt and adapt international prevailing rules, employing "technical regulatory tools" while attaining the dual objectives of integrating into the international digital system and safeguarding "digital sovereignty and information security." Likewise, the numerous debates regarding the reform of Section 230 in the U.S. Congress were monitored, and the positional games of different interest groups (technology giants, civil society organisations, and political leaders from both parties) were examined, uncovering the internal and external pressures confronting the market self-regulatory paradigm. The discussion about the definition of "very large online platforms" in the EU DSA legislative process, along with analysis of the expedited implementation of Russia's "Sovereign Internet Law" after the Crimea crisis, enhanced our comprehension of "how ideas are transformed into tools and are constrained by context".

After conducting independent and in-depth analyses of each case, the four coding systems and storylines were presented in a single comparative table for side-by-side comparison (see Table 1). Through systematic comparison of the similarities and differences of each model across four dimensions, we moved beyond superficial distinctions to identify deeper, common governance dilemmas and logics. For instance, all models confront the challenge of "defining platform responsibilities"; the pursuit of ultimate values (such as rights, freedom, and security) frequently entails sacrifices in other dimensions; and there exists an inherent tension between the transnational nature of technology and the sovereignty of governance.

Table 1 - Four-Dimensional Comparison of Algorithm Governance Models among the EU, the US, Kazakhstan, and Russia

Dimension	EU model	USA model	Kazakhstan model	Russia model
Core concept	Rights-based: Protecting individual rights, privacy, and digital freedoms	Market freedom: Free speech, market self-regulation, and competition	Balance of sovereignty and development: State-led regulation for tech and national security	Digital sovereignty: Information control and national security
Main regulatory tool	1. Rigid laws (GDPR, DSA) 2. Heavy fines 3. Algorithm transparency 4. Data protection impact assessment	1. Section 230 (Liability Exemption) 2. Post-event enforcement 3. Self-regulation 4. Ethical guidelines	1. Data localization laws 2. National security integration 3. Progressive supervision 4. International rule adoption	1. Sovereign Internet Law 2. Data localization 3. Foreign platform pressure 4. Network monitoring
Governing effectiveness (advantages and limitations)	Pros: Promotes global standards Cons: High compliance costs, lag behind tech	Pros: Promotes innovation Cons: Governance failures, fragmented regulation	Pros: Flexibility, sovereignty protection Cons: Limited innovation, strategic pressure	Pros: Strong control, response to external threats Cons: Digital isolation, high control costs
Contextual constraints (political culture and tradition)	Supranational legal traditions, post-war human rights consensus, market integration anxiety	Liberal legal system, market-driven society, political polarization	Post-Soviet transition, balancing multiple models (Russia, EU, China), strong presidential governance	Nationalism, strategic response to sanctions, historical control mechanisms

Note: compiled based on the previous analysis and research

The comprehensive comparison indicates that the four models exhibit notably distinct logical starting points, tool preferences, and efficacy characteristics when addressing the challenge of "filter bubbles". These differences originate from their respective profound socio-political structures as well as historical trajectories. To offer a more comprehensive elucidation of these structural disparities, the following text provides an individual analysis of the core characteristics and internal logic of each governance model.

1. The EU model: Relying on the "Brussels effect" of market regulation through rights-based regulation

As Bradford indicates in his book "The Brussels Effect: How the EU Rules the World", the EU model emphasises high-standard regulation, prioritising the protection of personal data rights and digital citizenship over commercial interests (Bradford, 2019). This model facilitates systemic risk governance via risk assessment and independent auditing. Nevertheless, Veale and Zuiderveen Borgesius underscore the compliance burden of the proposed AI Act, its impact on existing business practices, and the potential disparate impacts on market participants in their article "Demystifying the Draft EU Artificial Intelligence Act: Analysing the good, the bad, and the unclear elements of the proposed approach" (Veale & Zuiderveen Borgesius, 2021). Moreover, the challenge of "technological catch-up" persists, as the pace of legislation fails to keep abreast of rapid technological development. For example, the development speed of generative artificial intelligence such as ChatGPT has already surpassed the scope predefined by the General Data Protection Regulation and the Digital Services Act.

2.The US Model: "Governance Failure" and Paradigm Adjustment in a Free Market

The American model has long adhered to the principles of market self-regulation and "technological neutrality". The US model champions market self-regulation and technological neutrality, with Section 230 granting platforms liability exemption. While it has fostered a prosperous internet industry, it struggles with systemic risks like filter bubbles. The conflict between commercial incentives and public interests undermines information diversity. Post-event supervision, led by the FTC, is inadequate for intervening in algorithm design. The US model is currently undergoing "paradigm loosening", with bipartisan calls for Section 230 reform to balance protecting startups and holding platforms accountable for harms caused by recommendation algorithms.

3. Kazakhstan Model: The "Balancing Art" and Progressive Regulation of the Eurasian Hub

Kazakhstan's model balances digital sovereignty with technological development and global integration. It adopts international rules like GDPR but localizes them, focusing on data localization and flexible, state-led regulation to avoid stifling innovation. However, internal tensions arise from limited execution capacity, the "balance dilemma" due to geopolitical pressures, and challenges in fostering a competitive innovation ecosystem. The model's success depends on achieving a sustainable balance between sovereignty protection and technological growth.

4. Russian Model: "Defensive Isolation" under Digital Sovereignty

The Russian model emphasizes national control over the information space to counter external "information aggression". Laws like the "Sovereign Internet Law" ensure "disconnectable" infrastructure, allowing for tighter control over foreign platforms. While it effectively controls information in the short term, it risks "digital isolation," weakening long-term technological innovation and competitiveness. Nevertheless, this model highlights the need for public oversight, potentially through mechanisms such as data cooperatives and algorithm literacy education.

Conclusion

This study carried out a systematic comparison of algorithmic governance models in the European Union, the United States, Kazakhstan, and Russia, uncovering the core contradictions and fundamental solutions to "filter bubble" governance in the intelligent media era. Overall, the research indicates that no single governance paradigm adequately addresses the complexity, trans-nationality, and value conflicts inherent in algorithmic systems. Any narrative that reduces

algorithmic governance to a binary opposition between "freedom" and "control," or "rights" and "security," is inherently partial. The practices of the four models disclose a fundamental reality: the essence of algorithmic governance is a continuous process of pursuing dynamic equilibrium among multiple, often conflicting, value objectives.

On the basis of this realistic assessment, a fundamental question arises: What should be the future direction of governance? The core conclusion of this article is that it is imperative to transcend the either-or model competition and transition towards a more resilient and adaptable new paradigm of "balanced collaborative governance". The rigid rights protection mechanism of the European Union, the market self-discipline approach of the United States, the gradual adaptation process under the sovereignty guarantee of Kazakhstan, and the sovereignty control measure of Russia are all outcomes of their specific historical institutional configurations and geopolitical strategies. Their efficacy and limitations are as inseparable as the two sides of a coin. Therefore, for other countries, particularly those in the "middle ground", the crucial lesson is not to select or imitate a single "optimal" model, but to comprehend the "value-tool-context" matching logic underlying each approach and, accordingly, to undertake localized creative transformation. The future effectiveness of governance does not depend on identifying a more powerful single authority (whether state, law, or market), but on whether an ecosystem of multi-stakeholder co-governance and diverse-tool collaboration can be established. This necessitates a triple fundamental transformation in governance thinking: from the pursuit of static "best practices" to the cultivation of dynamic "adaptability"; from the "single-center management" of government or platforms to the "networked collaboration" of multiple social forces; and from reliance on a single tool of "command and control" or "laissez-faire" to a "comprehensive toolkit" comprising legal, technological, market, and normative instruments.

How, then, can this governance concept be translated into a practical framework for implementation? Drawing on the aforementioned findings, this paper presents a framework of "balanced collaborative governance," which critically integrates and prospectively constructs upon existing theories. The core of this framework comprises three mutually supporting propositions, as depicted in Figure 2. First, there is the proposition of dynamic balance of values. The governance system should be capable of accommodating and judiciously weighing multiple values—security, development, rights, and innovation—so as to avoid sacrificing the overall resilience of the system in the pursuit of the extreme of any single value. Policies ought to be dynamically calibrated in accordance with specific risks, technological stages, and social consensus. Second, it is the proposition of networked co-governance. A balancing and collaborative network involving the government, platforms, industry, academia, and civil society needs to be constructed. The government's role should be that of a setter of bottom-line rules and a builder of collaborative platforms; platforms must fulfill the algorithm governance responsibilities commensurate with their technological power; independent social forces (such as auditing institutions, media, and user organizations) are essential for supervision and supplementation. Finally, the proposition of the combined application of tools: a composite regulatory toolkit of "law as the foundation, technology as empowerment, market as incentive, and literacy as basis" should be developed. Basic rules should be established through transparency laws, responsible innovation should be encouraged through regulatory sandboxes, social supervision should be empowered through open-source auditing tools, and a social cognitive defense line should be built through universal algorithm literacy education.

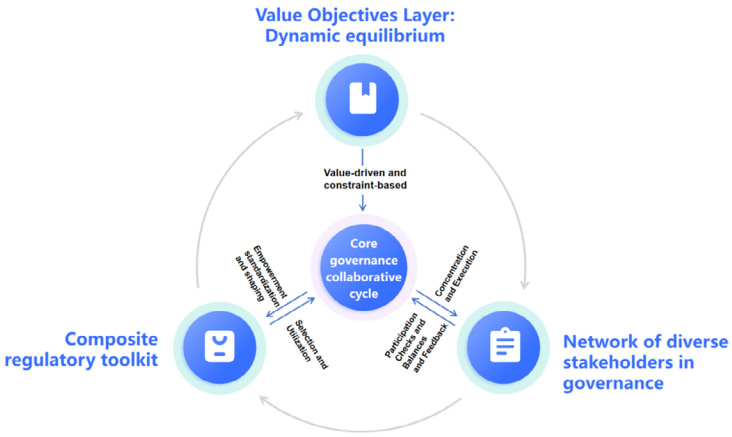


Figure 2 - The "Balanced Collaborative Governance" Framework
Note: Drawn by the author; no AI tools were used

To further clarify, the concept of "balanced collaborative governance" rests on three theoretical pillars. First, from historical institutionalism, the notions of path dependence and institutional complementarity explain why no single model can be universally optimal. Second, risk society theory highlights the complexity and uncertainty inherent in algorithmic systems, demanding adaptive governance. Third, deliberative democracy theory emphasizes multi-stakeholder participation and public reason as necessary for legitimacy. Together, these pillars provide the theoretical foundation for the proposed framework.

In summary, addressing the governance dilemma of "filter bubbles" involves more than just technical rectification. It pertains to whether we can protect human subjectivity, preserve social cohesion, and construct an intelligent civilization characterized by both vitality and order in the digital era. This necessitates that we relinquish the illusion of a "perfect blueprint" and instead develop the wisdom and capacity to engage in continuous learning, dynamic balancing, and collaborative governance amidst complexity and uncertainty.

Acknowledgement, conflict of interests

The successful completion of this article is attributed to the meticulous guidance and valuable support provided by Professors L. Mukhtar and K. Nigmatullina.

No conflict of interest.

The contribution of the authors

X. Wang – conceptualized the study, conducted the research, analyzed the data, and wrote the manuscript.

L. Mukhtar, Prof. K. Nigmatullina – provided critical feedback and approved the final version.

References

Reuters Institute for the Study of Journalism (2025) Digital News Report 2025. Oxford: University of Oxford. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025 (Accessed: 10 April 2026).

Pariser, E. (2011) The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. New York: Penguin Press.

Jamieson, K.H. and Cappella, J.N. (2008) Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment. New York: Oxford University Press.

Zuiderveen Borgesius, F.J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., de Vreese, C.H. and Helberger, N. (2016) 'Should we worry about filter bubbles?', Internet Policy Review, 5(1), pp. 1–29. doi: 10.14763/2016.1.401.

Zuboff, S. (2019) The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. London: Profile Books.

Nickerson, R.S. (1998) 'Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises', Review of General Psychology, 2(2), pp. 175–220. doi: 10.1037/1089-2680.2.2.175.

Pasquale, F. (2015) The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Voigt, P. and von dem Bussche, A. (2017) The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A Practical Guide. Berlin: Springer.

Bradford, A. (2019) The Brussels Effect: How the European Union Rules the World. New York: Oxford University Press.

Kosseff, J. (2019) The Twenty-Six Words That Created the Internet. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Federal Trade Commission (FTC) (2020) Annual Highlights 2020. Washington, DC: Federal Trade Commission.

Citron, D.K. and Wittes, B. (2017) 'The Internet will not break: Denying bad Samaritans § 230 immunity', Fordham Law Review, 86(2), pp. 401–423.

Bronnikova, O., Daucé, F., Ermoshina, K. et al. (2025) Digital Sovereignty in the BRICS Countries: How the Global South and Emerging Power Alliances Are Reshaping Digital Governance. Cambridge: Cambridge University Press.

Nocetti, J. (2015) 'Russia's "dictatorship-of-the-law" approach to Internet policy', Internet Policy Review, 4(4), pp. 1–19. doi: 10.14763/2015.4.380.

Veale, M. and Zuiderveen Borgesius, F. (2021) 'Demystifying the draft EU Artificial Intelligence Act', Computer Law Review International, 22(4), pp. 97–112. doi: 10.9785/cri-2021-220402.

С. Ван[1], Л. Мұхтар[2], К. Нигматуллина[3]

[1],[2]әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

[2]Алматы технологиялық университеті, Алматы, Қазақстан

[3]Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Санкт-Петербург, Ресей

Алгоритмдерді және «сүзгі көпіршігін» басқару: Еуропалық Одақ, АҚШ, Қазақстан және Ресейдегі реттеу тәсілдерінің салыстырмалы талдауы

Аңдатпа. Алгоритмдік ұсыным жүйелерінен туындайтын «сүзгі көпіршігі» құбылысы интеллектуалды медиа дәуірінде ақпараттық экожүйені қайта қалыптастырып, әртүрлі елдер үшін маңызды басқару мәселесіне айналды.

Бұл зерттеу Еуропалық Одақ, АҚШ, Қазақстан және Ресейдегі алгоритмдік басқару модельдерін төрт аналитикалық өлшем бойынша салыстырады: нормативтік құндылықтар, реттеу құралдары, «сүзгі көпіршігінің» әсерін азайтудағы тиімділік және құрылымдық контекстік факторлар. Заңнаманы, саяси құжаттарды және рецензияланатын ғылыми әдебиеттерді салыстырмалы-құқықтық және нормативтік

талдауды қамтитын сапалық көпдереккөзді әдіснама негізінде зерттеуде көпөлшемді талдамалық құрылым қалыптастырылды.

Зерттеу нәтижелері әрбір модельдің өзіндік институционалдық логикасы мен ерекшеліктерін көрсетті. Еуропалық Одақ адам құқықтары мен дербес деректерді қорғауға негізделген реттеуге басымдық береді; АҚШ нарықтық өзін-өзі реттеуге сүйенеді; Қазақстан цифрлық егемендікке бағдарланған кезең-кезеңімен даму стратегиясын ұстанады; ал Ресей цифрлық егемендік пен орталықтандырылған мемлекеттік бақылауға негізделген модельді қолданады.

Қолданыстағы модельдердің ешқайсысы алгоритмдік тәуекелдердің жүйелі сипатын толық қамти алмайды. Құқықтарға шамадан тыс басымдық беру инновацияны тежеуі мүмкін, нарықтық тәсілдер жеткілікті есептілікті қамтамасыз ете бермейді, ал шамадан тыс орталықтандырылған бақылау ашықтық пен пікір алуандығын шектеуі ықтимал. Осыған байланысты зерттеуде алгоритмдік ашықтықты, институционалдық есептілікті және мемлекетаралық ынтымақтастықты дамытуға бағытталған «теңгерімді бірлескен басқару» тұжырымдамасы ұсынылады.

Түйін сөздер: сүзгі көпіршігі; алгоритмдік басқару; интеллектуалды медиа; реттеудің салыстырмалы талдауы; бірлескен басқару.

С. Ван[1], Л. Мұхтар[2], К. Нигматуллина[3]

[1,2]Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан
[2]Алматинский технологический университет, Алматы, Казахстан
[3]Санкт-Петербургский государственный университет

Управление алгоритмами и «пузырь-фильтрами»: сравнительный анализ подходов к регулированию в Европейском союзе, США, Казахстане и России

Аннотация. «Пузырь фильтров» — явление, обусловленное алгоритмическими рекомендательными системами, — трансформирует информационную экосистему в эпоху интеллектуальных медиа и становится одной из ключевых проблем современного управления.

В статье проводится сравнительный анализ моделей управления алгоритмами в Европейском союзе, США, Казахстане и России по четырем аналитическим измерениям: нормативные ценности, инструменты регулирования, эффективность снижения последствий «пузыря фильтров» и структурные контекстуальные факторы. Исследование основано на качественной многоисточниковой методологии, объединяющей сравнительно-правовой анализ, нормативную интерпретацию и систематический обзор законодательства, политических документов и рецензируемой научной литературы, что позволило сформировать многомерную аналитическую модель.

Результаты демонстрируют различия в институциональной логике исследуемых моделей. Европейский союз отдает приоритет регулированию, основанному на защите прав человека и персональных данных; США опираются на рыночное саморегулирование; Казахстан реализует поэтапную стратегию, ориентированную на цифровой суверенитет; Россия использует государственно-централизованную модель, основанную на цифровом суверенитете и централизованном контроле.

Показано, что ни одна из существующих моделей не способна полностью учитывать системный характер алгоритмических рисков. Чрезмерная ориентация на защиту

прав может сдерживать инновации, рыночные механизмы не всегда обеспечивают достаточную подотчетность, а высокий уровень централизации способен ограничивать прозрачность и плюрализм. В этой связи предлагается концепция «сбалансированного совместного управления», направленная на развитие алгоритмической прозрачности, институциональной подотчетности и международного сотрудничества как основы устойчивого управления алгоритмами.

Ключевые слова: пузырь фильтров; управление алгоритмами; интеллектуальные медиа; сравнительный анализ регулирования; совместное управление.

Information about the authors:

Wang X. – corresponding author, Doctoral student, Al-Farabi Kazakh National University, Al-Farabi Avenue 71, 050040, Almaty, Kazakhstan

Mukhtar L. – PhD, senior lecturer, Al-Farabi Kazakh National University, Al-Farabi Avenue 71, 050040, Almaty, Kazakhstan; Almaty Technological University, Tole bi st. 100, 050012, Almaty, Kazakhstan

Nigmatullina K. – Doctor of Political Sciences, Professor, Saint Petersburg State University, 199004, Saint Petersburg, Russia.

Авторлар туралы мәлімет:

Ван С. – хат-хабарға жауапты автор, докторант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Әл-Фараби даңғылы 71, 050040, Алматы, Қазақстан.

Мұхтар Л. Қ. – PhD, аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Әл-Фараби даңғылы 71, 050040, Алматы, Қазақстан; Алматы технологиялық университеті, Төле би көшесі 100, 050012, Алматы, Қазақстан.

Нигматуллина К. Р. – саясаттану ғылымдарының докторы, профессор, Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, 199004, Санкт-Петербург, Ресей.

Сведения об авторах:

Ван С. - автор-корреспондент, докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050040, Алматы, Казахстан.

Мұхтар Л. К. - PhD, старший преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050040, Алматы, Казахстан; Алматинский технологический университет, ул.Толе би, 100, 050012, Алматы, Казахстан.

Нигматуллина К. Р. – доктор политических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, 199004, Санкт-Петербург, Россия.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

ХҒТАР 19.21.07; 19.31
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-114-126

Меметиканың символдық мәні және цифрлы коммуникациядағы рөлі

О.І. Тұржан[1] , А. Әбілхан*[2], Д. Бекжанова[3]

[1,2,3] Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: [1]onaigul_t@mail.ru,[2]aisamal.abilkhan@gmail.com, [3]dana4194@mail.ru)

Аңдатпа. Медиа ортаны жедел цифрландыру жағдайында журналистикаАңдатпа. Мақалада меметика саласының бүгінгі таңдағы негізгі проблемалары, оның ішінде символдық мәні мен цифрлы коммуникациядағы маңызы қарастырылды. Зерттеудің мақсаты: интернет мемдерді ақпарат таратудың және коммуникация орнатудың тиімді тәсілі ретіндегі қолданыстарын талдау арқылы оның жаңа жанр түріндегі сипатын саралауға бағытталады. Қоғамдық пікір қалыптастырудағы жеделділік функциясының ықпалы талданады. Мемдердің цифрлық модель түріндегі бірліктерінің таралу, қайталану, өзгеру және қабылдану заңдылықтарын бұрынғы зерттеулерге сүйене отырып айқындау да маңызды. Қай салада және неліктен мемдердің қолайлы болатындығына жасаған талдауымыз практикалық қолданыста тиімді болады деп ойлаймыз. Мемдердің символға айналу үдерісінің мәнін ашып, оның имиджідік технология ретіндегі тиімділігі де нақты мысалдармен, теориялық тұжырымдармен көрсетілді. Зерттеуде мемдердің коммуникациялық қызметіне эмпирикалық талдаулар жасалды. Қоғаммен байланыс саласы мамандары үшін мемдерді визуалды жанр ретінде қолданудың тиімділігін талдап көрсету де – зерттеуіміздің өзекті қыры. Меметика ғылымының зерттеуді қажет ететін қырларын ашу арқылы болашақ зерттеушілерге ұсынған бағыт-бағдарларымыз да осы саланы зерттеуге өзіндік үлес қосады деп ойлаймыз.

Түйін сөздер: ым, меметика, символдар, цифрлы коммуникация, виртуальды жанр.

Кіріспе

Адамзаттың тіршілігі үшін ең маңызды мәселе – бұл коммуникация. Коммуникацияның ең алғашқы ныспысы – ымдап сөйлесуі – ежелгі ғұрып. Оның әр халықтың өзінің өмір сүру ұстанымына байланысты әр түрлі дене тілімен жеткізілетін формасы да көп.

Түсті: 28.07.2026; Мақұлданды: 15.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы**

Ол сол халықтың өзіне бірден түсінікті болады. Осындай ыммен сөйлеу формасы әлі күнге дейін жалғасып келе жатыр. Ал интернет заманы келгелі ыммен ақпарат жеткізудің түрлі-түрлі жаңа модельдері пайда бола бастады. Солардың ішіндегі имитация түріндегі ең жаңасы – мемдер. Бұл қазірдің өзінде ғылыми айналысқа еніп, меметика саласының өзіндік теориясын қалыптастыра бастады. Ғылыми айналысқа енгізілді дегенмен, ол әлі де өзінің ең кенже кезеңінде. Оның зерттелемеген немесе өте аз зерттелген қыры өте көп. Соның бірі – мемдердің символдық қызметі. Символдар – визуалды имидждік технология ретінде де маңызды. Біз бұл зерттеу мақаламызда меметика ғылымының негізгі сипаттамасы арқылы оның символдық-имидждік мәніне талдау жасаймыз. Өйткені бұл дәл осы тұрғыдан нақты зерттелмеген сала. Сондай-ақ, мемдердің цифрлы коммуникациядағы рөлі мен виртуальды жанр ретіндегі сипаты әлі толыққанды зерттелген жоқ. Бұл да осы зерттеуіміздің негізгі мақсаттарының бірі.

Зерттеу материалдары және әдіснама.

Зерттеушілер адамдарда туғаннан пайда болатын табиғи ым тілінің бар екендігін тұжырымдайды. Бәлкім, ым адам баласының ең алғашқы сөйлесу тәсілі болған шығар. Қолмен көрсетуден тілге көшкен сөйлеу тілінің 150 мың жыл бұрын пайда болуы (Corballis, 2002) адамдар арасындағы коммуникацияның аса маңызды жаңа дәуірі еді. Сол ыммен сөйлесу дәуірінен күні бүгінге дейінгі коммуникацияның ең тиімді әдісі ретінде сақталып келе жатқан механизмдердің өзіндік кешені бар. Олардың ішіндегі ең белсенді әрі негізгі коммуникациялық дене тілдері адамзатқа ортақ (Pease, 1981). Мысалы қуаныш пен реніштің бет-әлпеттегі көрінісі барлық халыққа бірден түсінікті. Ымдаудың да өз тілі бар, эмоциясы бар. Әрбір ымды сөзбен жеткізсең, ол тұтас сөйлем болып та шығады. Сондықтан да адамзат сөйлесудің қысқартылған формасын қолдануды әлі де жалғастырып, тіпті оның жаңа формаларын ойлап тапты. Бұл – тиімді коммуникация құралы ретінде пиарология саласының да зерттеу нысаны. Сол жаңа форманың бірі – меметика ғылымы.

Меметиканы алғаш рет ғылыми айналысқа енгізген ағылшындық этолог, биолог Richard Dawkins тілдің генетикалық жолмен емес, басқаша бір жолдармен дами бастағанына ерекше назар аударды. Оның бұлай дамуының шапшаңдығы бұрын-соңды болмаған жағдайға жеткендігін талдап, оны жаңаша зерттеу қажеттілігін ұсынды және оның генетикалық эволюциядан да жылдамырақ дами алатын қасиетіне болжам жасады (Dawkins, 2006, p. 189). Ал бұл саланы цифрлы тұрғыдан қарастырған Limor Shifman мемдерді (пост)модерндік фольклор ретінде талдайды. Автор мұнда жалпы нормалар мен құндылықтар кескіннің фотошоп сияқты мәдени артефактар арқылы редакцияланған форматымен құрылымдалуын оның ерекшелігі ретінде түсіндіреді (Shifman, 2014, p. 28). Ұжымдық жадты қалыптастыру ерекшелігі (Nora, 1989) және меметика мен әлеуметтік желілердің өзара байланысы мемдердің белсенділігін арттыра түсетіндігі де назар аудартады (Schlaile et al., 2018). Бірақ ұтымды сөз немесе кез келген күлкілі жағдайдың бәрі бірдей мемге айнала алмайды. Оның адам психологиясына, ойлау жүйесінің сезімталдығына да байланыстылығы болжануда. Ал С.Блэкмор мемнің келесі ғасырларда да коммуникациялық немесе символдық қызметінің белсенді болатындығына күдік келтіріп, «XX ғасырдың соңында жасаған меметикамыз бір ғасырдан кейін тиімсіз болып көрінетіні сөзсіз, бірақ бұл оны тастай салу керек деген сөз емес» дейді (Blackmore, 1999, p. 56-57). «Тастай салуға болмай-

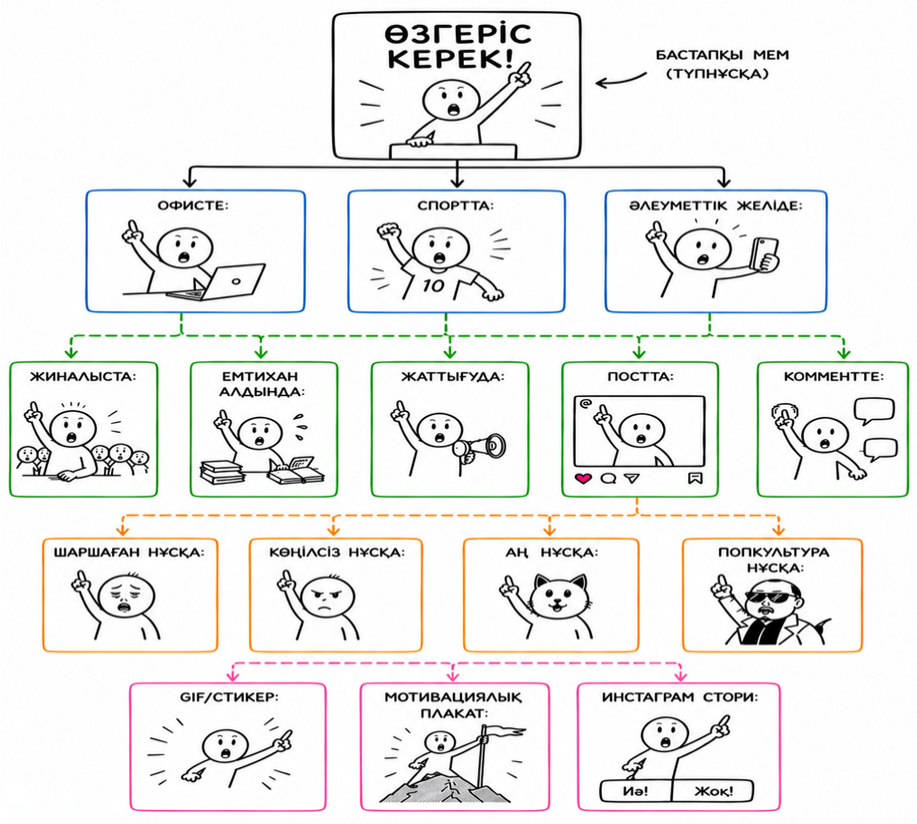
тындығын» - оның қазіргі цифрлы кезеңде бұрынғыдан да белсенді коммуникациялық модельге (Pratiwi et al., 2023) айналғандығымен түсіндіруге болады. Сондай-ақ мәдениетаралық кеңістікте баршаға бірдей түсінікті болатын сипаты арқылы жаңа жанр болып қалыптасып келе жатқандығы да өзіндік маңызға ие (Zhou et al., 2025; Luzón & Albero-Posac, 2023).

Зерттеу жұмысының әдістемелік дереккөздері ретінде меметика, коммуникация, символ, цифрлы коммуникация бағытындағы жан-жақты зерттеулер жүргізген ғалымдардың еңбектері негізге алынды. Меметиканың түрлі модельдеріне эмпирикалық талдау арқылы мемнің символдық, цифрлы коммуникациялық қызметтеріне, имидждік сипатына және виртуальды жанр ретіндегі ерекшелігі талқыланды. Мемдердің шығу тегі тұрғысынан, мағыналық қалыптасуы мен әлеуметтік-мәдени контексте трансформацияға ұшырай эволюциялануы тұрғысынан сапалық талдау жасалды. Мемдердің денотациялық және конотациялық мағыналары, символға айналу ерекшеліктері семиотикалық қырынан талданды. Зерттеуде мемнің цифрлық коммуникация кеңістігіндегі трансформациясын визуализациялау үшін генеративті жасанды интеллект құралы – OpenAI ChatGPT пайдаланылды. Схеманың концептуалдық негізі, мем трансформациясының кезеңдері мен олардың арасындағы семантикалық байланыстар автор тарапынан әзірленді. Авторлар ұсынған промт негізінде зерттеліп отырған мәселені көрнекілендіруге көмекші құралы ретінде ЖИ қолданылды. ЖИ дайындаған материалдар тексеріліп, зерттеудің теориялық тұжырымдарына сәйкестендіріліп редакцияланды. Жасанды интеллект эмпирикалық деректерді талдау, нәтижелерді интерпретациялау немесе ғылыми қорытындыларды қалыптастыру үшін пайдаланылған жоқ.

Талқылау және зерттеу нәтижелері.

Ғылыми зерттеулер жасанды интеллектінің ең алғашқы қадамдары 1950 жылдардың еншісінде деп көрсетеді (Ақсейіт, Алкожаева, & Әлімбекова, 2026, 32-б.). Содан бергі даму қазіргі жылдам интернет дәуіріне жеткізіп, ақпарат таратудың шексіз мүмкіндіктеріне жол ашты және ғылымның түрлі саласының жаңа дәуірін бастап берді. Сондай қол жеткізілген мүмкіндіктер арқылы пайда болып, интернеттің және цифрлы коммуникацияның келуімен жедел дами бастаған ең жас ғылым саласы – меметика. Осы саланы жан-жақты зерттеген Richard Dawkins визуалды коммуникацияда пайда болған жаңа формаға «мем» терминін енгізуінің мәнін түсіндіріп «Грек сөзінің түбірінен тараған «Мимема» сөзі күрделі. Сондықтан оны «ген» сөзіне жақындатып «мем» деп қысқартып алсам, оған менің классик-достарым кешіріммен қарар» деді (Dawkins, 2006, p. 43). Бұл атау сәтті болып, көп ұзамай Оксфорд сөздігіне енгізіліп «бір индивидуумнан келесіге имитация немесе басқа бір генетикалық емес жолмен берілетін мәдени ұстаным элементі немесе ұстаным жүйесі» деген анықтама беріліпті (Oxford Learner's Dictionaries, n.d., p. 56-57). Dawkins мемдердің эволюциясын геннің эволюциясына ұқсатады және имитацияны мемдердің өзін өзі қайталау немесе өзін өзі көшіру тәсілі деп түсіндіреді.

ЖИ-дің (OpenAI ChatGPT) көмегімен құрылған мына 1-кестеде түпнұсқалық мемнің даму, мутацияға ұшырау, шарықтау және қайту, сосын азаю кезеңдерін көрсеттік. *(Кестенің негізгі идеялық мазмұны авторлар тарапынан әзірленген және көрнекіленгеннен кейін тексеріліп, редакцияланған.)*



1-кесте.

Түпнұсқалық мемнің даму, мутацияға ұшырау, шарықтау, қайту және азаю кезеңдері

Мұндай мазмұндағы кестені жасау үшін ЖИ-ге мынадай сұраныс жіберілді: «Өзгеріс керек!" интернет-мемнің коммуникациялық ортада таралуы мен өзгеру үдерісін көрсететін көрнекіленген кесте жаса. Мұнда офистегі, спорттағы, әлеуметтік желідегі жағдайлар кесте ішіндегі кесте бойынша тармақталсын. Бастапқы мемнен оның әртүрлі контекстерде қолданылуындағы коммуникациялық жағдайларға бейімделуін көрсет. Оларды байланыстырып, мемнің бастапқы нұсқасының мутацияға ұшырауын, шарықтап, қайта өзгеріп, сосын біртіндеп азаюын схема түрінде жаса. Адам-символдың негізгі бет әлпеті сақталсын және жалпы кесте динамикаға құрылсын».

Интернет-мемдер цифрлық мәдениеттің таңбалық жүйесі ретінде өте ықпалды коммуникациялық қызмет атқарғанымен, олар 1-кестеде көрсетіліп тұрғанындай, бір субъектіден екінші субъектіге әуел бастағы қалпында дәл сол күйінше жете бермейді. Оның кейбір бөлшектері толықтырылып немесе жаңа мағынаны беруге лайықты символдық өзгерістерге ұшырап та отырады. Кейбір мемдер уақыттық сұрыпталудан өтіп, мәселенің өзектілігіне орай жұртшылықтың көбірек назарын аударып, ұзағырақ есте сақталады және басқалар да оны тез қабылдап алып, әрі қарай тартады. Динамикасы әлсіз, өзектілігі өтіп кеткен мемдер біржола жоғалып та кетеді. Ал уақыт сұрыптауынан өтіп, ұзақ мерзімдер бойы қолданыста болған мемдер белгілі бір ұғымды беретін символдарға айналады. Бұл символдар өз кезегінде коммуникациялық қызметтің ең белсенді де шапшаң моделі ретінде көрініс табады. Ұзақ уақыттық қолданыста болып коммуникативтік символға айналған мемдердің конструкциясының өзіндік тарихы да қалып-

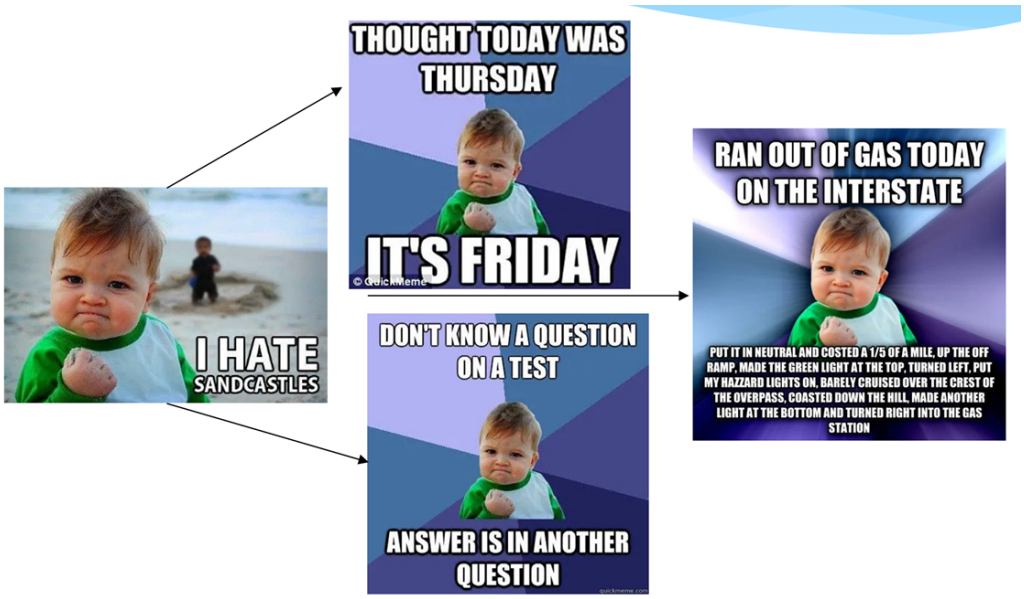
ISSN: 2616-7174. eISSN: 2663-2500

тасады. Ол тұтастық-символдық коммуникация құралы ретінде өмір сүреді. Мемдер осындай символдық деңгейге көтерілгенде өзіндік тұжырымдарды байланыстыратын, белгілі бір комбинациялар құрайтын синтактикалық мәнге де ие болады.

Зерттеушілер интернет-мемдерге нақты бір анықтама беріп, бір ереженің ішіне сыйғызу да мүмкін еместігін айтуда. Өйткені ол үнемі өзгеріс үстінде болады. Сондықтан да вирустық ақпарат ретінде таралған түрлі оқиғалардың интернет-мемге айналу мүмкіндігін қандай да бір теорияға негіздеп, алдын ала болжау да қиын. Дегенмен, мемдерді цифрлы коммуникация тұрғысынан қарастыру ерекше белсенділік алуда. Бұлай қарастырудың мәні – мемдер арқылы берілген қандай да бір қызықты немесе көпшіліктің ерекше назарын аударған ақпараттың аз уақыттың ішінде өте кең ауқымға шығып үлгеретіндігімен түсіндіріледі. Әрине, мемдер цифрлы дәуірге дейін пайда болды. Соған қарамастан оның цифрлы коммуникация ретінде танылуының үш негізгі мәнін «Memes in Digital Culture» еңбегінде L.Shifman былайша анықтайды: (1) жеке индивидтен бірте-бірте қалың көпшілікке таралуы, (2) көшіріліп, имитациялана өңделуі және (3) бәсекелестіктің ықпалымен жылдам диффузияланууы (Shifman, 2014. 18 б.). Мемдердің осы үш қасиеті де онлайн таратылу арқылы микро-деңгейден макро-деңгейге жылдам көтеріліп, олардың коммуникациялық ерекшелігін айқындай түседі. Сол арқылы мемдер белгілі бір әлеуметтік топтардың менталитеттік сипатын да қалыптастыра алады.

Мысал үшін әлемге кең танымал болған мына мемді (2 кесте) алайық. Сэм Грайнер есімді бұл 1 жастағы баланың 2007 жылы АҚШ-тың бір штатындағы жағажайда қолына құм уыстап тұрып түскен суреті "Success kid" (Yu, 2016) деген атауымен лезде көпшіліке таралып кетіпті.

2-кесте

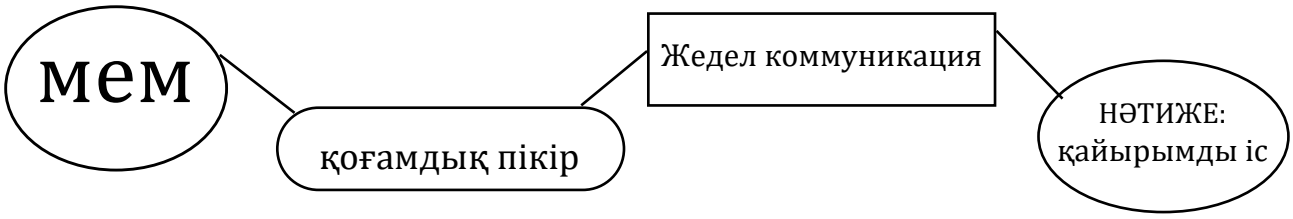


«Success kid» мемі

Әрине, дәл осы тұрысында ол қандай да бір жетістікті айтып тұрған жоқ еді. Бірақ суреттегі эмоция "Success kid" деген мағына береді деген ұстаным оны танымал етіп жіберді. 2015 жылы баланың әкесін емдетуге қаражат керек болғанда, осы танымалдылығының әсерімен аз күннің ішінде көпшіліктен 83 мың доллар жиналып, әкесінің

бүйрегін ауыстыру операциясы сәтті өтіпті. Яғни, "Success kid" мемі арқылы сырқат адамға көмектесу керектігі туралы қоғамдық пікір қалыптасып, көпшіліктің жедел коммуникациясының арқасында қайырымды іс жасалды (3 кесте).

3 кесте.



Мемнің эго-динамикалық функциясы

Мұны мемнің э**го-динамикалық функциясы** ретінде көрсетуге болады. Бұл жеке тұлғаның қоғамдық мәселелерге деген өз көзқарасын, құндылықтарын ашып айтпай-ақ, жанама әдістермен білдіруінің көрінісі. Адамдардың белгілі бір қауымдастықпен мем арқылы ықпалдасуының өзіндік моделі. Суреті мемге айналған бұл бала қазір 18-ге толыпты (1 сурет). Шынында да өмірінің жетістікке толы болғанын айтады екен.

1-сурет.



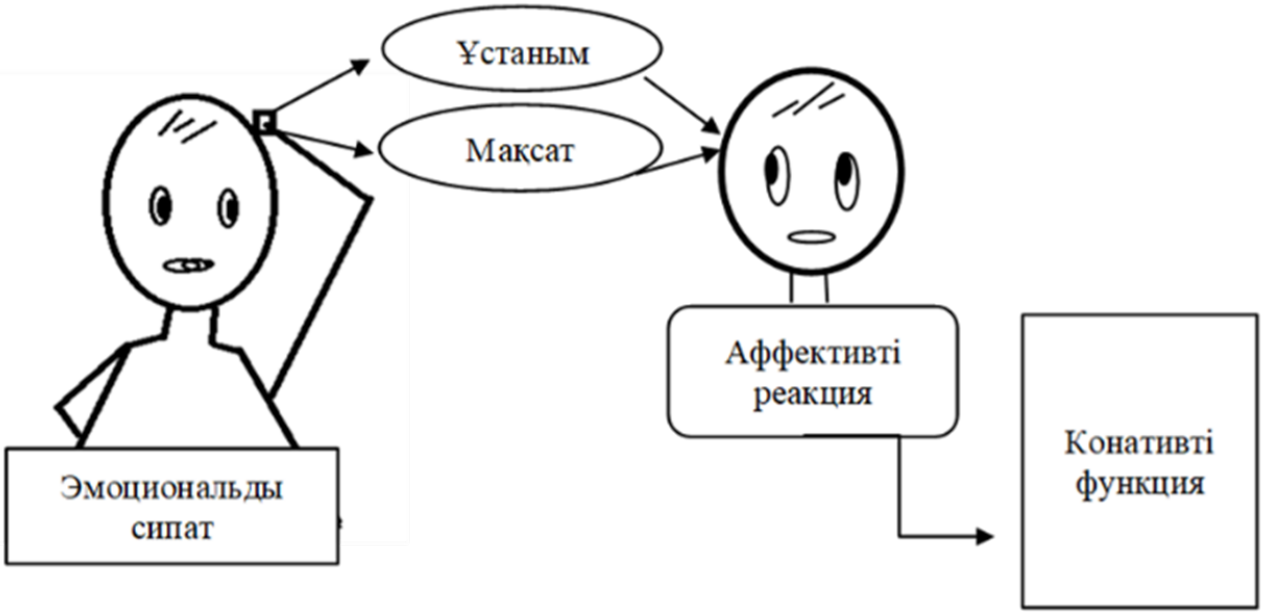
С.Грайнер 1 жас С.Грайнер 18 жас

Ұзақ уақыт қолданылған мемдер уақыт өте келе белгілі бір эмоцияны жеткізетін немесе қандай да бір коммуникациялық сипатты білдіретін символға айналу процесі «Жетістікке жеткен бала» мемі арқылы көрініс тапты, әр салада жетістікке жету символы ретінде әлемге танымал болды. Бұл мемге әзіл сөздер қосылып та жиі қолданылады. Осылайша символға айналып, әр түрлі имиджідік-коммуникациялық процестерді жинақы формада жеткізетін, қысқа да нұсқа ұжымдық ұстаным, ұжымдық ұғым қалыптастыра алды. Интернет-мемдер көп жағдайда ұжымдық еңбек ретінде көрініс табады. Өйткені ол ақпарат жасаушылардың жеткізетін ақпаратының негізгі идеясына қарай толықтырылып отырады. Өзіндік эмоциональды даму процесін бастан кешіреді. Коммуникаторлар мемдердің эмоционалдық сипаты арқылы өздерінің ұстанымдарын немесе жалпы мақсаттарын жүзеге асыруға ұмтылады. Ал кейбір өте ықпалды мемдер аффективті реакциялар тудырады. "Success kid" мемін соның нақты мысалы дей аламыз. Бұл

ISSN: 2616-7174. eISSN: 2663-2500

– мемдердің аудиторияны қандай да бір белсенді іс-қимылға ұмтылдыратын конативті функциясы (4-кесте):

4 кесте



Ықпалды мемдердің конативті функциясы

Адамның көргені немесе естігені оның санасында белгілі бір кескіндік мағынаға ие болады және өзіндік ерекшелігімен кодталады. Бұл – ақпаратты ой-санада сақтап тұратын семиоткалық модель. Мұны ой-сананың қандай да бір мәселені жинақтап ұстап, санадағы өзінің ақпараттық базасын пайдалануға жеңілдік беретін табиғи тәсілі деуге болады. Интернет-мемдерді семиотикалық тұрғыдан қарастырғанда ол тек көрнекі түрде берілген күлкілі посттар ғана емес екендігін де байқаймыз. Мемдер сонымен қатар аудиторияға әртүрлі мағыналар мен хабарламаларды жеткізетін таңбалар, кодтар және символдардың күрделі жүйесінің өнімі ретінде де танымалдығы артып келеді (Pratiwi et al., 2023).

1920 жылы Ресейдегі азамат соғысы кезінде суретші Д.Моордың «Ты записался добровольцем» атты үгіт плакаты сол жылдардағы көпшілікті азамат соғысына қатысуға шақырған өте ықпалды плакат болған еді. Ол сол кездері көшелерде ілулі тұрды. Газеттерде қайта-қайта басылып жатты. Бұл тарихи плакат ұрпақтан ұрпаққа жалғасып, бүгінгі дәуірдің желі қолданушыларын да бей-жай қалдырған жоқ. Бірақ мағынасы бейбіт күннің шақыруларымен сипатталды, ал кейбіреулері әзіл түрінде қолданылды. Мемнің денотациялық мағынасынң конотациялық мағынаға ауысуының шынайы көрінісін осы картинадан байқаймыз. Оның конотациялық мағынасы қазіргі меметика дәуірінде «Бұл сен бе, әлде сенің аватарың ба?», «Сен көп сөйлеуді доғардың ба?», «Сен тіркелдің бе?» деген сияқты әр түрлі мағынадағы мемдік картиналарға айналды (2 сурет. Мем автордан).

2-сурет



Түп нұсқа



Мем

Қазіргі кезең адамдары үшін бұл плакаттың әуелгі кезде не үшін қолданылғаны да, авторы да ұмытыла бастады. Бұл да мемдердің пайда болу процесінің ұмытылу, еске түсірілу трансформациясының, адам жадының ұжымдық динамикасының көрінісі. Мұндай жағдайды P.Nora ұжымдық жадтың квинтэссенциальды қоймасындағы деректердің қандай да бір себептермен стихиялы түрде белсенділік алуы тұрғысынан қарастырады (Nora, 1989). Кескіндердің тарихи кезеңдегі осындай мақсаттары қоғамдық өзгерістерге байланысты өзектілігін жоғалтып, жаңа кезеңдегі коммуникацияда көп мағыналылыққа ие бола алатындығы мемдердің цифрлы модель ретіндегі функциясына дәлел бола алады. Ал цифрлы мемдер – қоғамдық пікір қалыптастырудың фрейминг моделіндегі ең белсенді құралы, яғни, қандай да бір мәселенің белгілі бір қырын айқынырақ етіп көрсетіп, басқаларын тасада қалдырып, дәл осы қырын ғана көпшіліктің қабылдауына ықпал ету тәсілі. Соның нәтижесінде коммуникатордың мақсатты аудиториясы мәселені белгілі бір тұрғыдан қабылдайды және оған реакция береді. Мұндай реакция өз кезегінде жаңа идеяларға жол ашу мүмкіндігіне де ие бола алады.

Адамның ақыл-ойы – сан-алуан ұғымдарды тоғыстырып, одан жаңа идеялық модельдер ойлап табудың қайнар көзі. Сол қайнар көз интернет мемдердің түрлі форматтарын өмірге әкелді. Мұндай интернет-мемдер дәстүрлі коммуникациялық технологиялардан сипаты өзгеше цифрлы модельге айналды. Оның цифрлылық сипаты – ықшамдылығында және қай тілде де көпшілікке ұғынықты болатындығында.

Мемдерге тән тағы бір ерекшелік – олардың үнемі динамикалық эволюция үдерісінде болатындығы. Визуалды-имидждік және лингвистикалық-семиотикалық символдар ке-

шені мемдер арқылы жаңарып, қатары толыға түседі. Интернет-мемдер онлайн-дискурста мәдени және әлеуметтік коммуникацияның жедел де ықпалды формасын құрайды. Осылайша мәдени индустрия сияқты, мемдер назар аударту индустриясына айналып келеді. Оны арнайы компаниялар емес, жеке тұлғалар жасайды. Өйткені бұл индустрия жеке индивидтің нақты естеліктеріне, талғамдары мен ұстанымдарына және артефактілерінің негізінде өмірге келеді.

Режиссер Вернер Герцогтың Антарктидадағы адам мен жануарлардың өмірінен түсірген «Ғаламшардың шетіндегі кездесулер» («Encounters at the End of the World», 2007) атты деректі фильмінде басқа пингвиндерден бөлініп, 70 шақырым жердегі тауға қарай жалғыз кеткен пингвин туралы видеосына әлем жұртшылығы биылғы жылы ерекше назар аударды (3-сурет)

3 сурет



Тауға қарай жалғыз кеткен пингвин

Бұл деректі фильм 2007 жылы түсірілгеніне қарамастан әлеуметтік желі қолданушылары 2026 жылы ғана осы пингвинді мемге айналдырып жіберді (Know Your Meme, 2025). Автордың өзі пингвиндердің өмірінде жалғыздыққа кетуін түсініксіз және мұңды жағдай екендігін баяндаса да, интернет желі қолданушылары оған әр түрлі жағымды мазмұн беретін мемге айналдырып үлгерді. Бір авторлар оған дорба арқалатып «Өз жолын таңдаған пингвин» (Shaikh, 2026) деген мем жасады (4-сурет).

4-сурет



«Өз жолын таңдаған пипгвин»

Әлем жұртшылығына таралатын және жаңа мән екшеп шығаратын динамикасымен ерекшеленетін осындай интернет-мемдер өзіндік жанр ретінде қарастырыла бастады. Қай жанр болса да, әуел бастағы тар шеңбердегі қалпынан кеңейе келе әлеуметтік-мәдени саланың әр түрлі бағыттағы жанрларын қалыптастырған еді. Бұл интеллектуалдық қорлардың қанат жаюымен де байланысты екендігі түсінікті. Ал қазіргі кезеңде виртуальды кеңістікте мәтіні жаңаша түрленіп, көпшіліктің ерекше назарын аударатын интернет-мемдерді де өзіндік жанр ретінде анықтау туралы ұстанымдар белсенділік алуда. Зерттеушілер жанр (латын: gener) сөзінің түп-төркіні «генерациялау» деген ұғымды білдіретіндігіне сілтеме жасай отырып, оны мәтіндер және бір-бірімен өзара байланыстағы күрделі де қуатты әлеуметтік құбылыстарды ұйымдастырушы әрі мәтіндердің жаңа типтерін түзуші деп таниды (Bazerman et al., 2009, p. 4-5) Жанрдың әлемдік деңгейде айқындалған осындай теориясы интернет-мемдерді де виртуальды жанр ретінде тануға мүмкіндік береді. Әрбір жанр көпшіліктің белгілі бір бағыттағы туындыларға деген айрықша қызығушылығының арқасында пайда болады және әлеуметтік-мотивациялық қарым-қатынастарға байланысты өзіндік эволюциясын бастан кешіреді. Оның тарихында белсенділігі азайып, қолданыстан шығып қалған жанрлар да бар. Оларды жаңа бағыттағы әдеби, мәдени, ақпараттық, коммуникативтік, имидждік туындылар мен технологиялардың белсенділігі ығыстырып шығарады. Виртуальды жанрлар цифрлық жанрлар ретінде «көп мақсатты әрі әртүрлі аудиториямен бір мезгілде өзара әрекеттесуге бағытталған болуы мүмкін» (Luzón & Albero-Posac, 2023, p. 17) және мұндай жанрлар мультимедиялық сипатта болады. Цифрлы кезеңде осы жаңа жанрлардың пайда болуы ақпаратты жеткізудің де жаңа формаларын өмірге әкеледі. Мемдер арқылы қысқа мазмұндағы ақпарат жеткізу әдістері ешқандай тілдік, менталдық шекаралармен шектелмейтіндігімен де ерекшеленеді (Zhou et al., 2025).

Зерттеу нәтижелері мемдердің жалпы сипаттамасын тануға мүмкіндік берді. Оның ішінде мемдердің эго-динамикалық функциясы бұрын жеткілікті түрде қарастырылмаған жаңа мысалдар мен зерттеушілердің теориялық талдауларының қорытындысына сүйене отырып, осы мақалада жаңа көзқарас ретінде екшеліп, ұсынылды. Қоғамдық пікір қалытастырудағы динамикасының ықпалдылығы айқындала түсті. Виртуальды интернет-мемдердің пайда болуы да келешекте кейбір ақпараттық жанр түрлерін ығыстыруы мүмкіндігі қарастырылып, біздің мысалдарымыз арқылы виртуальды жанр ретіндегі табиғаты айқындала түсті. Осылайша, бұған дейін көптеген зерттеулерге негіз болған мәдени индустрия сияқты, мемдер де назар аударту индустриясына айналып келе жатқандығына шолу жасалып, мысалдар арқылы түйінделді.

Қорытынды. S. Blackmore «Біз мидың негізгі механизмдерін түсінбей-ақ, меметикалық таңдаудың жалпы принциптерін түсінуде үлкен жетістіктерге жете аламыз» (Blackmore, 2000, p. 56-57) деп, мемдердің жаңа зерттеулерге жол ашатындығына сілтеме жасайды. Біз де осы зерттеуіміз арқылы меметиканы пәнаралық тұрғыдан зерттеу қажеттілігі бар екенін байқадық. Болашақ зерттеушілер осы саланың пиарология саласымен тікелей байланыстылығын талдап, имидждік категория ретіндегі қызметін тереңірек талдауына ұсыныс жасай аламыз. Аудиторияның мемдерді қабылдау реакциясын нақты өлшейтін кең көлемді әлеуметтік сауалнамалар немесе статистикалық контент-анализ деректері әлі де тереңдеп зерттеуді қажет етеді.

Мемдердің әр түрлі мағынаны білдіре отырып трансформацияланатын қасиеттеріне орай оларды классификациялау болашақ зерттеушілердің еншісінде. Мемдер классифи-

кациясы жеке зерттеу нысаны ретінде мемдердің басқа да қырларын жан-жақты аша түсер еді.

Мақала бойынша мүдделер қақтығысы жоқ.

Авторлардың қосқан үлесі

Тұржан О. – мақаланың теориялық бөлімін жазып, талқылауға қатысу, редакциялау.

Әбілхан А. – хат-хабар авторы, мақаланың қорытынды бөлімін жазуға қатысу, тақырыпқа қатысты мысалдарды жинақтап, талқылауға қатысу.

Бекжанова Д. – тақырыпқа қажетті ғылыми еңбектерді саралау, талқылауға қатысу, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу.

Әдебиеттер тізімі:

Akseit, G., Alkozhayeva, A. and Alimbekova, S. (2026) 'The transformative role of artificial intelligence technologies in modern journalism', Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism Series, 154(1), pp. 25–37. doi: https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-154-1-25-37

Bazerman, C., Bonini, A. and Figueiredo, D. (eds) (2009) Genre in a changing world. Fort Collins, CO: The WAC Clearinghouse; West Lafayette, IN: Parlor Press, 528 p. doi: https://doi.org/10.37514/PER-B.2009.2324

Blackmore, S. (2000) 'The power of memes', Scientific American, 283(4), pp. 52–61. doi: https://doi.org/10.1038/scientificamerican1000-64

Corballis, M.C. (2002) From hand to mouth: The origins of language. Princeton, NJ: Princeton University Press, 257 p.

Dawkins, R. (2006) The selfish gene. 30th anniversary edn. Oxford: Oxford University Press, 360 p.

Encounters at the End of the World (2007) [Documentary]. Directed by W. Herzog. Discovery Films; ThinkFilm (Accessed: 14 July 2026).

Know Your Meme (2025) 'What is the Nihilist Penguin meme? Why a video of a penguin walking toward a mountain from a Werner Herzog film is going viral explained'. Available at: https://trending.knowyourmeme.com/editorials/guides/what-is-the-nihilist-penguin-meme-why-a-video-of-a-penguin-walking-toward-a-mountain-from-a-werner-herzog-film-is-going-viral-explained (Accessed: 14 July 2026).

Luzón, M.J. and Albero-Posac, S. (2023) 'Digital genres and Open Science practices', Ibérica, 46, pp. 1–21. doi: https://doi.org/10.17398/2340-2784.46.1

Nora, P. (1989) 'Between memory and history: Les lieux de mémoire', Representations, 26, pp. 7–24. doi: https://doi.org/10.2307/2928520

Oxford Learner's Dictionaries (n.d.) 'Meme', Oxford Learner's Dictionaries (Accessed: 15 May 2026).

Pease, A. (1981) Body language: How to read others' thoughts by their gestures. London: Sheldon Press, 160 p.

Pratiwi, D.P.E., Sulatra, I.K. and Dewangga, I.G.A. (2023) 'Deconstructing internet memes through semiotic analysis: Unveiling myths and ideologies in visual and verbal signs', Jurnal Arbitrer, 10(1), pp. 55–65. doi: https://doi.org/10.25077/ar.10.1.55-65.2023

Schlaile, M.P., Knausberg, T., Mueller, M. and Zeman, J. (2018) 'Viral ice buckets: A memetic perspective on the ALS Ice Bucket Challenge's diffusion', Cognitive Systems Research, 52, pp.

947–969. doi: https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2018.09.012

Shaikh, P. (2026) 'Solitary penguin meme 2026: Burnout, rebellion, and the penguin who chose his own path', Medium, 4 February. Available at: https://medium.com/@pervincoach/solitary-penguin-meme-2026-burnout-rebellion-and-the-penguin-who-chose-his-own-path-7ca9e3f779e9 (Accessed: 14 July 2026).

Shifman, L. (2014) Memes in digital culture. Cambridge, MA: MIT Press, 212 p.

Yu, K. (2016) 'The infamous Success Kid' [online] (Accessed: 14 July 2026).

Zhou, S., Peng, S., Luebke, S.M., Haßler, J., Haim, M., Mohammad, S.M. and Plank, B. (2025) 'What media frames reveal about stance: A dataset and study about memes in climate change discourse', in Findings of the Association for Computational Linguistics: EMNLP 2025, pp. 5337–5356. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2025.findings-emnlp.286

О. Туржан1, А. Абильхан*[2], Д. Бекжанова[3]

[1,2,3]Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Символическое значение меметики и ее роль в цифровой коммуникации

Аннотация. В статье рассматриваются основные современные проблемы меметики, включая символическое значение мемов и их роль в цифровой коммуникации. Цель исследования заключается в определении жанровых особенностей интернет-мемов посредством анализа их использования как эффективного инструмента распространения информации и установления коммуникации. Анализируется влияние функции оперативности мемов на формирование общественного мнения. Важной задачей исследования является также выявление закономерностей распространения, воспроизводства, трансформации и восприятия мемов как единиц цифровой модели с опорой на предшествующие научные исследования. Предполагается, что проведённый анализ сфер применения мемов и причин их эффективности будет иметь практическую значимость. В статье раскрывается сущность процесса превращения мемов в символы, а их эффективность как имиджевой технологии демонстрируется на конкретных примерах и посредством теоретических положений. В рамках исследования проведён эмпирический анализ коммуникативных функций мемов. Одним из актуальных аспектов работы является определение эффективности использования мемов в качестве визуального жанра специалистами в области связей с общественностью. Представленные направления дальнейших исследований, основанные на выявлении малоизученных аспектов меметики, могут внести определённый вклад в развитие данной научной области.

Ключевые слова: жест, меметика, символы, цифровая коммуникация, виртуальный жанр.

O. Turzhan[1], A. Abilkhan*[2], D. Bekzhanova[3]

[1,2,3]L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

The symbolic significance of memetics and its role in digital communication

Abstract. The article examines the principal contemporary issues in the field of memetics,

including the symbolic significance of memes and their role in digital communication. The study aims to identify the genre-specific characteristics of internet memes by analysing their use as an effective means of disseminating information and establishing communication. Particular attention is paid to the influence of the immediacy function of memes on the formation of public opinion. Another important objective is to determine the patterns of dissemination, replication, transformation, and reception of memes as units of a digital model, drawing on previous research. The analysis of the fields in which memes are most applicable, as well as the reasons for their effectiveness, is expected to have practical value. The study reveals the essence of the process through which memes acquire symbolic meaning and demonstrates their effectiveness as an image-building technology through specific examples and theoretical propositions. An empirical analysis of the communicative functions of memes is also conducted. A relevant aspect of the research is the assessment of the effectiveness of using memes as a visual genre by public relations professionals. By identifying underexplored areas of memetics and proposing directions for future research, the study seeks to contribute to the further development of this field.

Keywords: gesture, memetics, symbols, digital communication, virtual genre.

Авторлар туралы мәлімет:

Тұржан О. – фил.ғ.кандидаты, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебі, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Сәтбаев көшесі, 2., 000010 Астана, Қазақстан

Әбілхан А. – хат-хабар авторы, докторант, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебі, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Сәтбаев көшесі, 2., 000010 Астана, Қазақстан

Бекжанова Д. – докторант, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебі, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Сәтбаев көшесі, 2., 000010 Астана, Қазақстан

Сведения об авторах:

Туржан О. – кандидат филологических наук, Высшая школа журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 000010, Астана, Казахстан.

Абильхан А. – автор для корреспонденции, докторант, Высшая школа журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 000010, Астана, Казахстан.

Бекжанова Д. – докторант, Высшая школа журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 000010, Астана, Казахстан.

Information about the authors:

Turzhan O. – candidate of Philological Sciences, Higher School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov ENU, 2 Satpayev St., 000010 Astana, Kazakhstan.

Abilkhan A. – correspondence author, doctoral candidate, Higher School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov ENU, 2 Satpayev St., 000010 Astana, Kazakhstan.

Bekzhanova D. – doctoral candidate, Higher School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov ENU, 2 Satpayev St., 000010 Astana, Kazakhstan.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ / СМИ И ОБЩЕСТВО /MEDIA AND SOCIETY

ХҒТАР 19.41.41
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-127-138

Қазіргі медиадағы clickbait тақырыптардың аудиторияға әсері

М. Б. Шиндалиева [1], А. П. Жанысбаева [2]

[1] «Тұран» университеті, Алматы, Қазақстан
[2]М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан

(E-mail: [1]mendigul@list.ru, [2]akniyet.zh@bk.ru)

Аңдатпа. Бұл мақалада Қазақстан медиакеңістігіндегі әлеуметтік желілердегі clickbait тақырыптардың ерекшелігі, аудиторияға әсері мен ақпараттық құндылығы қарастырылған. Негізгі мақсат - кеңінен өріс алған clickbait тақырып құрастырудың негізгі принциптері мен аудиторияға әсері, ақпаратты қабылдау мәдениетіне тигізіп отырған ықпалы мен медиасауаттылықты қажет ететін тұстары кеңінен зерделенген. Зерттеуде контент-талдау, салыстырмалы сараптама, әдебиеттерге шолу мен әлеуметтік желіде жарық көрген материалдарды нақты мысалдар негізінде талдап, таразылау әдісі пайдаланылды. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Telegram әлеуметтік желілеріндегі және қазақ тіліндегі сайттар мен контенттердегі clickbait тақырыптардың түрлеріне нақты мысалдармен талдау жасалды. Анықталғандай clickbait тақырыптар аудитория назарын аударып қана қоймай, кері байланыс, қаралым санына да едәуір әсер ететіні дәлелденді. Clickbait тақырыптар аудиторияны мәтіннің немесе бейнематериалдың нақты мазмұны жөнінде жаңсақ түсінік қалыптастыруға және олардың назарын аударып, материалды қарауға ынталандыруға бағытталған ақпараттық тәсіл ретінде сипатталады. Бұл құбылыс «кликбейт» немесе оқырмандарды әдейі сенсациялық немесе толық емес ақпаратпен адастыру арқылы сілтемені басуға мәжбүрлейтін кликбейт тақырыбы деп аталады. Бұл мақала қазақстандық зерттеушілерге медиакеңістіктегі clickbait тақырыптарды қарастыру барысында теориялық және тәжірибелік негіз етіп алуға жарамды.

Түйін сөздер: clickbait, әлеуметтік желі, ақпарат алаңы, медиакеңістік, медиасауаттылық, эмоция, интрига.

Түсті: 30.06.2026; Мақұлданды: 16.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы**

Кіріспе

Қазіргі массмедиада әлеуметтік желілер қоғамның негізгі ақпараттық алаңына айналып отыр. Дәстүрлі БАҚ-тың форматынан гөрі осы әлеуметтік желілердегі оқырман, көрермен, тыңдарман санының артуы бәсекелестік туғызып, дәстүрлі медиа өз материалдарын беру әдістерін өзгертуге тырысуда. Осы ерекшеліктер нәтижесінде журналистика саласында clickbait, яғни кез келген оқырман назарын бірден аудару, эмоцияға толы тақырыптар қою жиілеуде, бұл мәселе қазіргі массмедианың өзекті тақырыбы десек болады.

Қазақстандағы әлеуметтік желілердің қарқынды дамуы онлайн басылымдар мен жаңалық сайттарының көбеюі аудиторияның цифрлық контентке тәуелділігін арттырып, ақпараттық кеңістігімізде бәсекелестік артып келеді. Қазақстандық интернет БАҚ-тар оқырман санын көбейту мақсатында clickbait тақырыптарды жиі қолдану дәстүрін қалыптастырды. Бұл үрдіс барлық жастағы қолданушыларды тартудың тиімді жолы болғанымен, ақпаратқа деген сенім мен халықтың медиасауаттылығының төмендеуіне әкелуі мүмкін. Clickbait тәсілі қысқа уақытта көп оқырман жинағанымен қазіргі журналистиканың дамуына кері әсерін тигізіп отырған жағдайы бар.

Clickbait тақырыптардың көбеюінің заңдылықтарына тоқталар болсақ, біріншіден, кез келген БАҚ-тың рейтингі мен қаралым саны медианың тікелей табысына әсер етіп отыр. Екіншіден, әлеуметтік желілердегі эмоционалды тақырыптар тез қаралады, жылдам тарайды. Үшіншіден, қазіргі аудитория клип нұсқадағы қысқа ақпаратқа тез назар аударып, қабылдайды. Көп жағдайда мұндай тақырыптар материалдың ішкі мазмұнына сәйкес келмейді, оқырманның сенімсіздігін туғызып жатқан жағдайлар аз емес.

Бұл зерттеуді жасаудағы мақсатымыз қазіргі қазақстандық БАҚ-тағы clickbait тақырыптардың ерекшелігі мен аудиторияға әсерін талдау. Тек осы мәселе ғана емес clickbait ұғымының шығу тарихы мен теориясына түсінік бере отырып, біздің медиамәдениетімізге қалай әсер етіп отырғанын нақты мысалдармен сараптау міндетін қойдық.

Зерттеуіміздің негізгі нысаны әлеуметтік желілердегі clickbait тақырыптар алынып, аудиторияның психологиясына әсер ету деңгейін анықтай отырып, қолданылу ерекшеліктеріне тоқталамыз. Мақалада қазақ журналистикасындағы clickbait тақырыптардың орны, бұл үрдістің қоғамға ықпал етіп отырған тұстарын кеңінен талдаймыз.

Әлемдік массмедиадағы clickbait тақырыбында көп зерттеулер жүргізілген. Біз тоқталатын авторлар clickbait-тің ақпарат сапасы мен аудиторияға әсерін терең зерттеген ғалымдар. Clickbait тақырыптың танымалдық пен сенімге әсері туралы ғылыми мақала жазған К.Мангер тәжірибелік зерттеулер жүргізіп, кей жағдайда бұл пішіндегі ақпараттар аудиторияға кері әсерін тигізіп, ақпаратқа деген сенімді жоғалтатынын, барлық clickbait тақырыптар біркелкі әсер бермейтінін дәлелдеген (Munger & Luca, 2020). Оклахома университетінің зерттеушісі К.Скотт сенсациялық тақырыптардың аудиторияға әсерін және олардың оқырман сеніміне ықпал ету ерекшеліктерін зерттейді (Scott, 2023). Ч.Жефри зерттеушілер тобы clickbait тақырыптағы материалдар тек қоғамның қызығушылығын туғызбайтынын, егер ақпарат сапасы төмен болса бұл ақпаратпен бөлісу ықтималдылығы төмендейтінін дәлелдейді (Fone & Jeffrey, 2021). Гордан Ивковичтің «Clickbait жасау құпияларын ашу» (Ivković, 2025) атты зерттеу мақаласында

Спербер мен Уилсонның релеванттық теориясының негізгі постулаттарын қолдана отырып, clickbait тақырыптардың қабылдануы, онда қолданатын стратегиялар және екі түрлі чатбот TalkAI және Gemini арасындағы кез келген ықтимал ауытқулар туралы терең зерделей отырып, аффективті және шиеленісті тіл, әрекет сөздері, артықшылық, шектен шығу және т.б. қолданылатынын дәлелдеген (Sperber & Wilson, 2005).

Ник Карчиопполо, Ди Лунь, Сороя Джулиан Макфарлейн «Асыра сілтеушілікпен жасалған және күмәнді clickbait тақырыптары және олардың медиа білім беруге әсері» (Carcioppolo & Lun, 2021) атты зерттеуінде кез келген мақала мазмұнына сәйкес келмейтін clickbait тақырып медиа мазмұнына әсер ететін фактор екенін дәлелдейді. Бұл зерттеуде жаңалықтар мазмұнын саналы түрде бұрмалап көрсететін сенсациялық мақалалар жарнамадан түсетін кірісті арттыратынына нақты дәлелдер келтіреді. Аудиторияның ақпаратты қабылдауына әсерін, соның ішінде сұрақ түріндегі тақырыптар адамның материалды толық түсіну деңгейін төмендетуі мүмкін екенін дәлелдеген (Carcioppolo & Lun, 2021). Бұл өзекті тақырыпты зерттеген орыс ғалымдары О. А.Гаврикова (2018), Ж. Р. Сладкевич (2019), қытай ғалымы Ся Хунлин. Чунцин (2023) өз еңбектерінде заманауи журналистикадағы кликбейттің сандық медиадағы аудиторияның назарын аудару үшін қолданатын тілдік құралдарын жан-жақты талдай келе, осы тақырыптардың лексикалық, стилистикалық, құрылымдық және прагматикалық ұйымдастырылуы, онлайн медиадағы эмоционалды тартымдылық, нақты реакцияларды анықтаған.

Әдіснама

Зерттеу барысында контент талдау, аудитория арасында сауалнама жүргізу, сараптама жасау, зерттеу еңбектеріне шолу жасау әдістері қолданылды.

Зерттеуде қазақтілді әлеуметтік желідегі материалдар талданып, clickbait тақырыптар табиғаты мен оқырман аудиториясына ықпал ету механизмдері, ақпаратты қабылдау мен кері байланыс әсерін анықтауға бағытталды. Бұл мақалада сандық және сапалық салыстыру әдістері пайдаланылды. Зерттеу нысанына Facebook, Instagram, TikTok, Telegram платформалары, қазақстандық интернет-порталдарда жарияланған clickbait сипаттағы мақалалар алынды. Оның ішінде NUR.KZ, Qaz365.kz, El.kz, Stan.kz, Massaget.kz, Tengrinews.kz т.б. нақты материалдары негізінде талданып, кейбір әлеуметтік желідегі посттар мен интернет ресурстағы мақалалар талданды. Соңғы екі жылда шыққан ондаған мақаланың тақырыптары алынып, құрылым, эмоционалдық әсері мен аудитория реакциясы зерделенді.

Зерттеуде қазақстандық әлеуметтік желіде көбінде қандай clickbait тақырыптар орын алады, аудитория назарын аудару дәрежесі қандай, ақпаратқа сенім дәрежесі мен медиасауаттылыққа әсері бар ма деген сұрақтарға жауап ізделді. Басты гипотеза - clickbait тақырыптар аудитория назарын тез аударады, қаралым санын жылдам көтереді, ақпараттың сапасын төмендетеді деген тұжырым ұсынылды.

Бірінші кезекте шетел ғалымдары зерттеулеріне шолу жасалып, одан кейін орыс және қазақ зерттеушілері пікірлері негізге алынды. Әлеуметтік желілердегі clickbait тақырыптар жинақталды, оның ішінде эмоционалды, сенсациялық, манипулятивті түрлері кең тарағаны, аудитория психологиясына әсері туралы қорытындылар жасалды. Ғылыми мақалада негізгі зерттеу әдістері ретінде сапалы контент талдау әдісі, ол медиамәтіннің маңызды элементтері ретінде кликбейт тақырыптарының мазмұнына енгізілген нақты мағыналарды анықтауға бағытталды.

Нәтижелер мен талқылау

Біздің бұл тақырыпты назарға алудағы негізгі себебіміз отандық массмедиадағы clickbait тақырып мәселесі аз зерттелген, интернет-БАҚ-тарда clickbait-ке аудитория сенімі, оның берілу механизмі, оқырманның психологиялық реакциясы туралы зерттеулер жоқ. Қазақ тіліндегі clickbait тақырыптардың лингвистикалық ерекшелігі туралы тіл мамандарының зерттеуі кезек күттірмейтін өзекті мәселе деп ойлаймыз.

«Clickbait» ағылшын сөзі. Click «басу», bait «жем» деген мағына береді. Яғни «шертулерге арналған жем» тіркесінен шыққан. Әлеуметтік желіні пайдаланушыларды тарту, қызықтыру мақсатында эмоциялық тақырып қойып, қаралым санын арттырудың тәсіліне айналған бұл формат қазақ журналистикасы теориясында әлі терең зерттелмеген. Ғылыми әдебиеттерде бұл тәсілдің ақпарат мазмұнын ашудан гөрі интрига туғызуға бағытталғаны туралы көп айтылады (Ахметов, 2025). Мұндай тақырыптарда көбіне әсірелеу, эмоцияға толы бояу, белгісіздік пен манипуляциялық сөздер көптеп қолданылады.

Clickbait ұғымы бүгін пайда болды десек қателесеміз. Дәстүрлі БАҚ кезеңінде пайда болған бұл ұғым АҚШ-тағы сары басылымдар кезеңімен тығыз байланыстырылады. Әсіресе қылмыс, апат, жанжалды оқиғаларды бергенде әсірелеп жеткізу тәсілі XIX ғасырда пайда болған деген шетел зерттеушілерінің тұжырымы бар. Кейін теледидар мен таблоидтық журнализм кезеңінде бұл бағыт дами түсіп, интернет медианың пайда болуы XX ғасыр басында сенсациялық форматтарды жиі қолданылу дәстүрі белең алды. Ол әсіресе онлайн БАҚ пен блог платформалар, әлеуметтік желілерде жедел дамыды. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Telegram т.б. әлеуметтік институттардағы басты табыс көзі жарнама болса, қаралым санын көбейту мақсатында осындай интригалық тақырыптар қоюда белсенділік танытып отыр. Бұл біріншіден, даулы құрал және көп қаралым жинаған контент автоматты түрде кең аудиторияға шығады. Екіншіден, онлайн бұқаралық ақпарат құралдарында бәсекелестік жоғары, әр оқырман үшін тартыс бар. Үшіншіден, clickbait массмедиа сапасына әсер етіп отырған қазіргі маркетингтік құрал. Кейбір зерттеушілер мұны ақпарат сапасына кері әсер ететін фактор деп тұжырымдайды (Құтпанбаева, 2019), (Көшкенов және Сақ, 2019) . Clickbait тақырыптарын бірнеше түрге бөлуге болады. Шартты түрде оларды эмоционалды (оқырман бойында эмоциялық реакция туғызу арқылы материалды оқуға итермелеу), интригалық (тақырыптың ең қызық тұсын жасырып, не болады екен деген сұрақ туындатады), манипулятивті (шындықты бұрмалай, асыра сілтеп жазу), жалған сенсация элементтері бар материал (ақпарат қолдан жасалып, қарапайым ақпаратты әсірелеу арқылы жалғандық қосылады) деп бөлеміз.

Отандық интернет-БАҚ-та clickbait пен аудитория сенімі арасындағы байланыс толық қарастырылмаған. Сондықтан біз осы зерттеуімізді қазақстандық интернет журналистикадағы clickbait тақырыптардың орны мен ерекшелігіне, аудитория сеніміне әсерін зерттеуге талпыныс жасап көреміз.

Қазақстандық әлеуметтік желілерде эмоционалды clickbait көбіне қорқыныш, қызығушылық, таң қалу, ашу немесе аяушылық сезімдерін қоздыру арқылы қолданылады. Әсіресе Instagram, TikTok, YouTube және Telegram арналары мұндай тақырыптарды жиі пайдаланады. Осы жағдайларды зерттеуімізде нақты мысалдарды талдап, таразылаймыз. Негізінен эмоционалды clickbait тақырыптар «жұрттың жағасын ұстатты», «дүрліктірді», «халық шулады», «шындық ашылды», «сенбейсіз»,

«масқара» т.б. эмоцияға әсер ететін сөздер арқылы беріледі. Қазақстандағы әлеуметтік желілердегі clickbait тақырыптағы материалдар қорқыныш, қызығушылық, интрига арқылы аудиторияны тарту, аяушылық эмоциясын шақыру, үрей туғызу, драматизация элементтері бар сөздерді пайдалану арқылы беріледі. Facebook әлеуметтік желісінде «Қызықтың бәрі осында» парақшасы мысалдарымен талдаймыз. Бұл парақшада «Маңызды ақпарат», «Политико KZ», «Анонимный участник», «Серіктес жаңалықтар» т.б. айдарлары бар. Бұл айдарлардың көпшілігіне эмоцияға әсер ететін тақырыптарды қояды екен. Бір күнгі материалдарға назар аударатын болсақ. 2026 жылдың 21 мамырдағы жарияланымының көпшілігі сенсациялық жаңалықтарға толы. «Алматыда 29 жастағы жігіт попкорнға қақалып, көз жұмды» деп аталады. Авторы - Арай Сәбитова. Шын мәнінде болған оқиға. Жас жігіт сол жерде көз жұмғаны рас, бірақ себептері толық ашылмаған. Бұл парақшаның ерекшелігі материалды толық бермейді, алғашқы екі сөйлемін беріп, сілтемеге жүгінуге шақырады. «Маңызды ақпарат» айдарында блогер Сәуле Базарханның қазасына қатысты бірнеше ақпарат берілген. Оларға «Алғашқы жағдай емес», «Танымал блогер Сәуле Базархан қайтыс болды», «Анасының өліміне қатысты мәлімдеме жасады» деген тақырыптардағы мақалалар берген. Іштегі майын кетірмек болған блогердің өлімінің себептерін осындай clickbait тақырыптар қою арқылы жазған бұл ақпараттардан байқайтынымыз қызықты, талқыға қызу түсетін мақала, фото, бейнематериал жариялау арқылы оқырман жинайды. Осы парақшада Баян Алагөзова мен Динара Сәтжан сотқа беріп жатқан емші туралы да бірнеше материалдарға орын табылған. Нұргелді Тортайдың «Көмектесіңдер маған!», «150 мың ақша жинаған» т.б. тақырыптарда Бағдагүл емшінің тікелей эфирде халықтан көмек қолын сұрап отырғанын, емшінің мүлкіне тексеру жүргізіліп, құқық қорғау орындары айналысып жатқаны туралы жазылған. Бұл қысқа материалдарда жан-жақты тексерілген ақпарат емес, көпке мәлім деректер ғана берілген. Тек тақырыпты айғайлатып беру арқылы оқырманның қызығушылығын туғызып, парақшаға өту үшін таңқалу эмоциясын қоздыру арқылы қоғамдық пікірталас тудыратын эмоционалды тақырыптар қойылған.

Қазақ тіліндегі әлеуметтік желілерде clickbait әдісімен жазылған материалдар эмоциялық және сенсациялық сипатқа ие. Астана телеарнасының жаңалықтарынан берілген «TikTok-та тараған қауіпті тренд ата-аналарды алаңдатуда» деген тақырыптағы сюжет қорқыныш эмоциясына негізделіп жасалған. Көрерменнің алаңдаушылығын күшейту арқылы оқырман, тыңдарман, көрерменді сюжетті аяғына дейін көруге итермелейді. Бұл көрермен санын арттыру мен қоса пікірталас тудыратын тақырып. Қарапайым адам жасанды интеллект арқылы фотосессия жасай алатын болса, бүгінгі таңда осы жасанды интеллект арқылы адамдарды алдауға жол беріліп жатқандығы туралы ҚР ІІМ ескерту жасайды. Материалда кибералаяқтардың қазақ жеріндегі белгілі тұлғалардың фото, бейнелерін пайдаланып бұрмалап, алаяқтыққа жол берілгені туралы материалда жан-жақты жазылған.

El.kz сайтының «Жастарды TikTok тәрбиелеп жатыр» атты материалы эмоционалды пікірталас туғызу мақсатында жазылғаны байқалады. Бұлай деп айтқан Мәжіліс депутаты Ерлан Сайыровтың пікірімен көпшілік келіспеуі де мүмкін. Дегенмен қазақстандықтардың әлеуметтік желіге тәуелділігі артуына алаңдаушылық туғызады. «Шектеусіз таратылымдағы әлеуметтік желілер пайдалы білім алып, үнемі қозғалыста болуы тиіс балалардың алтын уақытын ұрлағанымен қоймай, олардың денсаулығына, психикасына да теріс әсер етуде» (Асылбекова, 2024), - деген пікір орынды. Депутат

TikTok желісіне шектеу қоюды ұсынады. Заңға сәйкес моральдық құндылықтар сақталмаса, шектеу қою қажеттігі жастар санасына кері әсер ететін материалдарға жол бермеу туралы мәселе көтерді.

NUR.KZ сайтында да clickbait сипаттағы материалдар көп жарияланады. Бұл тақырыптар негізінен эмоция, сенсация, қорқыныш сезімін туғызу арқылы оқырмандарды өзіне тарту мақсатын көздейді. «Қазақстандықтарға несие беруден бас тартуы мүмкін» деген мақалада халық арасында әлеуметтік алаңдаушылық, белгісіздік, сенімсіздік сезімін туғызуға құрылған сияқты.

NUR.KZ сайтындағы қазақ тілінде жарияланған немесе қазақ аудиториясына бағытталған clickbait сипаттағы тақырыптардың мысалдары өте көп. Бұл тақырыптар эмоция, қорқыныш, сенсация және интрига арқылы оқырман назарын аударуға құрылған. «Эбола өршуіне байланысты министрлік қазақстандықтарға үндеу жасады» деген тақырып қорқыныш сезімін шақырса, «Әлем жаңа жойқын пандемия алдында тұруы мүмкін» деген тақырып үрейге құрылған. «Жоғалып кеткен әйелді зираттан іздеді» адамдардың үрейін ұшыруға құрылған сияқты. «Жасарған су перісі»: желідегі фотосессия жұртты таңғалдырды» деген тақырып таңдандыру эффектісіне құрылып, шоу-бизнес туралы clickbait мазмұндағы тақырып қойылған. Бұл clickbait тақырыптарда «өршу», «жойқын пандемия», «зираттан іздеді», «жасарған су перісі» эмоциялық сөздері толық ақпаратты жасыра отырып, интрига мен эмоция шақыру арқылы оқырмандардың материалды ашып толық оқып шығуына итермелейді. Осы талдаудан мынадай сараптау кестесін шығаруға болады.

1-кесте. NUR.KZ сайтының clickbait тақырыптарының түрі.

№	Clickbait түрі	Мысалдар
1	Қорқыныш сезімін туғызатын clickbait	Жаңа пандемия туралы
2	Интрига туғызатын clickbait	Зираттан іздеу
3	Эмоцияға әсер ететін clickbait	Жойқын пандемия
4	Әлеуметтік алаңдаушылық туғызатын clickbait	Несие берілмейтіні туралы ақпарат

Жоғарыдағы clickbait тақырыптар аудитория назарын жылдам аудару мақсатын көздеп, адамның эмоциясына әсер ету арқылы қаралым санын көбейтуге негізделген. Бұл сонымен қатар NUR.KZ сайтының осындай clickbait тақырыппен мақала берудегі саясаты пікірталас тудыруға, оқырманмен тез арада кері байланыс орнатуға бағытталғаны байқалады.

Әлеуметтік желіде де clickbait тақырыптар өте көп кездеседі. Мысалы «Лабатты лаңкес - қоғамды дүр сілкіндерген» (tiktok.com›@temirqogam 2022/video/…), «Қазақстанды дүр сілкіндірген оқиға» (stan.kz›news-430011/), «Жаркенттегі жұртты дүр сілкіндірген оқиға» (kaz.tengrinews.kz› kazakhstan_news/jarkentteg-…), «Қазақстанды дүр сілкіндірген оқиға» (youtube.com›watch), «Жұртты дүр сілкіндірген әрекет» (massaget.kz›jelidegi_angime/jurttyi-dur-slkndrgen) т.б. осы сияқты тақырыптардың мақсаты жұртшылықтың назарын аударып қана қоймай, парақшаға кіріп, осы материалдарды оқуға, кері байланыс орнатуға, оқырманның өз пікірін қалдыруына итермелейді. Бұл тақырыптар ақпараттың негізгі бөлігін жасырып тұр. «Бұл қандай оқиға? Не болды екен?», «Қандай жағдай?» деген заңды сауалдарды туғызып, қызығушылық қалыптастыруға негізделген. Бірақ материалдар мазмұны қарапайым, жай оқиға туралы болып келеді.

Медиакеңістіктегі шексіз ақпарат арасынан біздің назарымызды аударатын кликбейт айдарлар «Шок жаңалық», «Білсеңіз таң қаласыз», «Дәрігерлер мұны бәрінен жасырып келді», «Сіз сенбейсіз», «Белгілі болды» т.б. сөз тіркестері әлеуметтік желілердің ажырамас бөлігіне айналды. Мұндай айдарды көрген оқырман, тыңдарман, көрермен эмоциясын клик үшін басқаратын цифрлық маркетинг әдісі деуге толық негіз бар. Зерттеушілер сапалы материал мен манипуляциялық мазмұнды ажыратудың жолдарын көрсетіп отыр. Дегенмен мұны ажырату үшін арнайы медиасауаттылық дағдылары қажет болады. Кликбейттің негізгі ерекшелігі тақырып пен мазмұнның арасындағы айтарлықтай алшақтық. Қарапайым қағидаға негізделген бұл әдіс адамдардың кликбейт тақырыптарды көп басып, мазмұнына үңілуі трафиктің жоғары болуы, жарнамадан көп кіріс кіретіні туралы зерттеушілердің пікірі орынды.

Қазір Instagram, Facebook, TikTok сынды әлеуметтік желілерде саяси ақпарат тарату арнасына айналып отыр. Көпшілік назарын аудару үшін осы әлеуметтік желілерде сайттар мен блогерлер саясаттағы жаңалықтарды беруді үрдіске айналдырды. Саяси тақырыптағы контенттер де clickbait элементтерін пайдалану арқылы оқырман тарту әдісін кеңінен өз материалдарының тақырыбын қоюда пайдалануда және бұл бұқараның пікір қалдыруына ары қарай осы ақпаратты таратуына ықпал етуде. Саяси clickbait көбіне қысқа болғанымен арандатушы сипатта болып келеді. Мысалы NUR.KZ Instagram парақшасында «Серік Сәпиевке қатысты жанжал: оның орнына кім тағайындалды», «Министр мен депутат айқайласып кетті», «Ерболат Досаев тағы бір қызметінен айырылды», «Қазақстан мұнайын алып кетуге келе жатқан грекиялық танкер Қара теңізде шабуылға ұшырады», «Челах ісін қараған судья қызметінен босатылды», «Брюссельдегі «Дәрет сындырып тұрған бүлдіршінге» тағы да шапан жабылды (фото, видео)» т.б. бұл материалдар мазмұнына үңілсек, нақты мәселенің мәнінен гөрі эмоциялық реакцияға көп орын берілгені байқалады.

Қазақстандық студенттер арасында кликбейт тақырыптарға қатысты көзқарастарын білу мақсатында сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға 50 студент қатысып, респонденттердің жауаптары бойынша аудиторияның clickbait тақырыптарға көзқарасын көрсететін диаграмма жасалды. Ол төмендегідей пайыздық көрсеткішке ие болды.

1-сурет. Аудитория арасында жүргізілген сауалнамаға жауап берушілердің 31 пайызы кликбейт тақырыптар жиі кездеседі, 18 пайызы тақырып сенімсіздік туғызады, респонденттердің 22 пайызы материалды толық оқиды, 13 пайызы тақырыппен шектелсе, 16 пайызы кликбейт медиасауаттылыққа әсер етеді деген пікірде екен.

Қазақстандық әлеуметтік желілерде саяси clickbait көбіне қысқа, эмоционалды және арандатушы сипатта беріледі. Мысалы, NUR.KZ Telegram арнасында жарияланған «Министр мен депутат айқайласып кетті» стиліндегі посттарда жанжал элементі алдыңғы орынға шығады. Мұндай материалдарда нақты мәселенің мәнінен гөрі эмоциялық реакция маңыздырақ көрсетіледі. Осы сияқты Qaz365.kz Telegram арнасында да «елді шулатқан», «халық наразы», «жұрт ашуланды», «желіні жарып жатыр» деген сияқты тіркестерді көп пайдаланады. «Астанада дөнерді жарнамалау үшін полицейге пранк жасаған блогерлер қамауға алынды», «Жығылған адамды пышақтай берген», «6 жерінен пышақтаған», «Алматы облысында әйелін көлікпен қағып өлтірді», «Хантавирус пандемияға ұласуы мүмкін бе?», ««Наразылық туындаған»: Ақордадағы ауыс-түйістің мәні неде?» тағы осы сарындас тақырыптар қойылған. Бұл clickbait тақырыптарда эмоционалды лексика қолданылып, аудитория эмоциясына әсер ете отырып, пікірталас

пен реакция туғызуға бағытталған деуге болады. Негізінен әлеуметтік желілердегі осы мазмұндас контенттердің кең таралуы, даулы посттардың көп жариялануы репост, қаралымды көп жинайды. Qaz365.kz Telegram арнасы clickbait тақырыптарды көп пайдаланатыны, бұл осы арнаның этика мен ақпарат саясатының сапасы мәселесін өзекті ете түседі.

Қазіргі таңда clickbait тақырып қою цифрлық платформаның ажырамас бөлігіне айналды, үнемі даму үстінде. Дегенмен академиялық орта әлі де clickbaitке нақты анықтама беріп, бір тоқтамға келген жоқ. Ең жиі кездесетін ерекшеліктері: мұндай тақырыптар назар аудару мақсатында, веб-бетке кіруге итермелейді, провокациялық, сенсациялық тақырыптар арқылы жазылушылар санын арттырады, тақырып мазмұны маңызды болмаса да асыра сілтеуді пайдаланады. Бірқатар зерттеушілер кликбейт тақырыбының: «Оқырманды манипуляциялайды, оларды әдейі сенсациялық немесе толық емес ақпаратпен адастыру арқылы сілтемені басуға мәжбүрлейді» (Ахметов, 2025), - деген пікір айтады.

Қазіргі ақпараттық қоғам жағдайында әлеуметтік желілер медиаконтентті таратуға және оны аудиторияға ұсынуға мүмкіндік беретін маңызды коммуникациялық платформалардың бірі болып табылады. Зерттеулер әлеуметтік желі аккаунттарындағы кликбейт көбінесе жазбаларды таныстыруда («қараңыз...», «... туралы мақала оқыңыз», «сіз білмеуіңіз мүмкін, бірақ...» т.б.) қолданылатынын көрсетеді. Кликбейт элементтері Instagram және TikTok мұқабаларында Stories және Reels жасауда да қолданылады. Осыған байланысты тек мәтіннің өзі ғана емес, сонымен қатар визуалды материалдар маңызды рөл атқарады. Біздің зерттеуіміздің нәтижелері кликбейт тақырыбы ресми БАҚ сайттары, әлеуметтік желілерде, әсіресе Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Telegram арналарында кең таралғанын көрсетті.

Қорытынды

Әлемдік медиакеңістікте clickbait тақырыптар бұқара назарын аударудың ең тиімді құралына айналып отыр. Әлеуметтік желілер clickbait тақырыптарды жиі беру арқылы сенсациялық, эмоциялық ақпарат таратып, жоғары бәсекелестік жағдайындағы ақпараттық кеңістікте өз орындарын иеленуде. Қазақстандағы әлеуметтік институттар осы тәсіл арқылы аудитория арасында қорқыныш, таңдану, интрига туғызу мақсатында оқырмандарының көпшілігі сол парақшаларды ашуға итермелейтініне көз жеткіздік.

Зерттеуімізде clickbait тақырыптары қысқа уақыт аралығында көп оқырман жинауға септігін тигізіп қана қоймай, аудиториямен кері байланыс орнатуға септігін тигізетінін анықтадық. Бірақ жария болған материалдың ұзақ мерзімді келешегі жоқ және ақпаратқа деген сенім азаятыны байқалды. Тақырып пен материалдың мазмұнының сәйкеспеуі бұқара көңілінде сенімсіздік ұялатады. Бұл жағдай массмедиа тұтынушыларының сенімін жоғалтып қана қоймай, тұтас медиасауаттылық деңгейіне әсер етіп, сапалы журналистикаға тиесілі құндылықтар әлсірейді. Аудитория арасында жүргізілген сауалнама нәтижелері clickbait тақырыптардың көп кездесетінін, мұндай тақырыптардың сенімсіздік туғызатынын, кей жағдайда жария болған ақпаратты толық оқуға құлқы жоқ оқырмандар да бар екенін көрсетті. Бұдан шығатын қорытынды, қазіргі қазақстандық медиакеңістікте ақпаратты үстірт қабылдау тенденциясының пайда болғаны байқалады.

Instagram, TikTok, Telegram және Facebook т.б. әлеуметтік желілерде эмоцияға, интрига мен манипулятивті ақпарат тарату үрдісі көбейе түсіп, арандатушы тақырыптағы

материалдар баршылық. Бұл аудиторияның белсенділігін күшейту мақсатында жасалғанымен кері әсер ету факторы орын алып отырғаны анықталды.

Зерттеуді қорытындылай келе, төмендегідей ұсыныстар айтуға болады:

Біріншіден, интернет журналистикада этика талаптарын күшейту шаралары қолданылуы шарт, екіншіден, тақырып пен материал мазмұны бір-біріне сәйкестелуі қажет, үшіншіден, әлеуметтік желілердегі ақпаратқа қарапайым аудитория сыни көзбен қарауды үйренуі тиіс, төртіншіден, clickbait тақырыптарды пайдаланғанда әрбір редакция бақылауды күшейткен жағдайда сапалы медиаконтент жасай алады.

Авторлардың қосқан үлесі:

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

Жанысбаева А. П. – хат-хабар авторы, әдебиетпен жұмыс, материалдарды жинау, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу.

Әдебиеттер тізімі

Асылбекова, М. (2024) 'Жастарды TikTok тәрбиелеп жатыр', El.kz (қаралған күні: 1 шілде 2026).

Ахметов, С. (2025) 'Қазақстандық онлайн медиадағы кликбейт тақырыптарды сандық және сапалық бағалау әдістемесі', Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің хабаршысы. Журналистика сериясы, 3.

Гаврикова, О.А. (2018) 'Саяси медиадискурс мәтіндеріндегі кликбейт-тақырыптардағы ақпараттың мағыналық бұрмалануы', Башқұрт университетінің хабаршысы, 23(1), 173–179-бб.

Зелянская, Н.Л., Белоусов, К.И., Сычев, О.А. and Галинская, Т.Н. (2023) 'Кликбейт-тақырыптардың семантикалық ұйымдасуы және интернет-пайдаланушылар белсенділігінің көрсеткіштері', Медиалингвистика, 10(1), 66–86-бб.

Ивкович, Г. (2025) 'Кликбейт жасаудың құпияларын ашу: чатбот жасаған кликбейт тақырыптарды релеванттылық теориясы тұрғысынан талдау', Facta Universitatis. Series: Linguistics and Literature, 23(2), 201–214-бб.

Карчиопполо, Н., Лун, Д. and Макфарлейн, С.Дж. (2022) 'Асыра сілтеу және сұраулы кликбейт тақырыптар және олардың медианы меңгеруге ықпалы', Journal of Media Psychology, 34(1), 30–41-бб.

Көшкенов, Н. and Сақ, Қ. (2019) 'Медиатизация – қоғам мен мәдениет трансформациясының қозғаушы күші', Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің хабаршысы. Журналистика сериясы, 2(127), 78–83-бб.

Құтпанбаева, Ж., Қадырова, Г. and Байғожина, Д. (2019) 'Ақпараттық кеңістіктегі коммуникативті стратегиялар мен қолдану технологиялары', Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің хабаршысы. Журналистика сериясы, 4(129), 71–79-бб.

Мунгер, К., Лука, М., Наглер, Дж. and Такер, Дж. (2020) 'Кликбейт тақырыптардың поляризацияға, сенімге және білім алуға әсері', Public Opinion Quarterly, 84(1), 49–73-бб.

Пенгнейт, С.Ф., Чен, Дж. and Янг, А. (2021) 'Кликбейт тақырыптардың пайдаланушылардың реакцияларына әсері: эмпирикалық зерттеу', Journal of International Technology & Information Management, 30(3), 1–18-бб.

Скотт, К. (2023) '«Алдамшы» кликбейт тақырыптар: релеванттылық, ниет және өтірік', Journal of Pragmatics, 218, 71–82-бб.

Сладкевич, Ж.Р. (2019) ‘Желілік медиасервистердегі анонс-тақырыптар: ақпараттандыру мен кликбейтинг арасындағы аралық’, Медиалингвистика, 6(3), 353–368-бб.

Спербер, Д. and Уилсон, Д. (1995) Relevance: Communication and cognition. 2nd edn. Oxford: Blackwell, 338 б.

М. Б. Шиндалиева[1], А. П. Жанысбаева [2]

[1]Университет «Туран», Алматы, Казахстан
[2]Южно-Казахстанский университет имени М.Ауэзова, Шымкент, Казахстан

Влияние clickbait заголовков в современных СМИ на аудиторию

Аннотация. В данной исследовательской статье рассматриваются характеристики, влияние на аудиторию и информационная ценность кликбейтных тем в социальных сетях казахстанского медиапространства. Главная цель - всестороннее изучение способов создания кликбейтных заголовков, их влияния на аудиторию, их воздействия на культуру восприятия информации, а также аспектов, требующих медиаграмотности. В исследовании использовались контент-анализ, сравнительный анализ, обзор существующей литературы, а также анализ и оценка материалов, опубликованных в социальных сетях, на основе конкретных примеров. Был проведен анализ на конкретных примерах типов кликбейтных тем в социальных сетях Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Telegram, а также на сайтах и в контенте на казахском языке. Доказано, что заголовки-приманки не только привлекают внимание аудитории, но и влияют на количество отзывов и просмотров. Заголовки-кликбейты призваны ввести аудиторию в заблуждение относительно истинного содержания текста или видео, создавая определенное психологическое состояние, которое заставляет целевую аудиторию целенаправленно переключать внимание на просмотр материала. Это явление называется «кликбейт», или заголовок-приманка, который заставляет читателей кликать по ссылке, намеренно вводя их в заблуждение сенсационной или неполной информацией. Данная статья может послужить казахстанским исследователям теоретической и практической основой для изучения схем с использованием кликбейта в медиапространстве.

Ключевые слова: кликбейт, социальная сеть, информационная платформа, медиапространство, медиаграмотность, эмоции, интрига.

M. B. Shyndaliyeva[1], A. P. Zhanysbayeva[2]

[1]Turan University, Almaty, Kazakhstan
[2]M. Auezov South Kazakhstan University, Shymkent, Kazakhstan

The impact of clickbait headlines in modern media on audiences

Abstract. This research article examines the characteristics, audience impact, and informational value of clickbait topics on social media in Kazakhstan. The main goal is to comprehensively study methods for creating clickbait headlines, their impact on audiences, their influence on the culture of information perception, and aspects requiring media literacy.

The study used content analysis, comparative analysis, a review of existing literature, and analysis and evaluation of materials published on social media based on specific examples. An analysis was conducted using specific examples of clickbait topics on social networks such as Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, and Telegram, as well as on websites and content in the Kazakh language. Clickbait headlines have been proven to not only attract audience attention but also influence the number of reviews and views. Clickbait headlines are designed to mislead the audience about the true content of the text or video, creating a certain psychological state that makes the target audience deliberately switch their attention to viewing the material. This phenomenon is called "clickbait," or a clickbait headline that tricks readers into clicking on a link by intentionally misleading them with sensational or incomplete information. This article can serve as a theoretical and practical basis for Kazakhstani researchers to study clickbait schemes in the media space.

Keywords: clickbait, social network, information platform, media space, media literacy, emotions, intrigue.

References

Akhmetov, S. (2025) 'Qazaqstandyq onlain mediadagy klikbeit taqyryptardy sandyq zhane sapalyq bagalau adistemesi' [Methods for quantitative and qualitative assessment of clickbait headlines in Kazakhstani online media], Vestnik Kazakhskogo natsionalnogo universiteta imeni al-Farabi. Seriia Zhurnalistika, 3. [in Kazakh].

Asylbekova, M. (2024) 'Zhastardy TikTok tarbielep zhatyr' [TikTok is raising the younger generation], El.kz. Available at: https://el.kz/ (Accessed: 1 July 2026). [in Kazakh].

Carcioppolo, N., Lun, D. and McFarlane, S.J. (2022) 'Exaggerated and questioning clickbait headlines and their influence on media learning', Journal of Media Psychology, 34(1), pp. 30–41.

Gavrikova, O.A. (2018) 'Smyslovoe iskazhenie informatsii v klikbeit-zagolovkakh v tekstakh politicheskogo mediadiskursa' [Semantic distortion of information in clickbait headlines in political media discourse], Vestnik Bashkirskogo universiteta, 23(1), pp. 173–179. [in Russian].

Ivković, G. (2025) 'Unlocking the secrets of clickbait creation: A relevance-theoretic analysis of the chatbot-produced clickbait headlines', Facta Universitatis. Series: Linguistics and Literature, 23(2), pp. 201–214.

Koshkenov, N. and Saq, Q. (2019) 'Mediatizatsiia – qogam men madeniet transformatsiyasynyn qozgaushy kushi' [Mediatization as a driving force of transformation of society and culture], Vestnik L.N. Gumilyov Eurasian National University. Seriia Zhurnalistika, 2(127), pp. 78–83. [in Kazakh].

Munger, K., Luca, M., Nagler, J. and Tucker, J. (2020) 'The (null) effects of clickbait headlines on polarization, trust, and learning', Public Opinion Quarterly, 84(1), pp. 49–73.

Pengnate, S.F., Chen, J. and Young, A. (2021) 'Effects of clickbait headlines on user responses: An empirical investigation', Journal of International Technology & Information Management, 30(3), pp. 1–18.

Qutpanbaeva, Zh., Qadyrova, G. and Baigozhina, D. (2019) 'Aqparattyq kenistiktegi kommunikativti strategiyalar men qoldanu tehnologialary' [Communication strategies and technologies of their application in the information space], Vestnik L.N. Gumilyov Eurasian National University. Seriia Zhurnalistika, 4(129), pp. 71–79. [in Kazakh].

Scott, K. (2023) '"Deceptive" clickbait headlines: Relevance, intentions, and lies', Journal of Pragmatics, 218, pp. 71–82.

Sladkevich, Zh.R. (2019) 'Zagolovki-anonsy v setevykh mediaservisakh: mezhdu informirovaniem i klikbeitingom' [Announcement headlines in online media services: Between informing and clickbaiting], Medialingvistika, 6(3), pp. 353–368. [in Russian].

Sperber, D. and Wilson, D. (1995) Relevance: Communication and cognition. 2nd edn. Oxford: Blackwell, 338 p.

Zelianskaia, N.L., Belousov, K.I., Sychov, O.A. and Galinskaia, T.N. (2023) 'Semanticheskaia organizatsiia klikbeit-zagolovkov i pokazateli aktivnosti internet-polzovatelei' [Semantic organization of clickbait headlines and indicators of Internet users' activity], Medialingvistika, 10(1), pp. 66–86. [in Russian].

Авторлар туралы мәлімет:

Шиндалиева М. Б. – Филология ғылымдарының докторы, профессор, «Туран» университеті, Сәтбаев көшесі, 16а, 050013, Алматы, Қазақстан.

Жанысбаева А. П.– корреспондент автор, PhD, М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Тәуке хан даңғылы, 5, 160012, Шымкент, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Шиндалиева М. Б. - доктор филологических наук, профессор, университет «Туран», ул. Сатпаева, 16а, 050013, Алматы, Казахстан.

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

Information about the authors:

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

Zhanysbayeva A. P. – corresponding author, PhD, M. Auezov South Kazakhstan University, 5 Tauke Khan Avenue, 160012, Shymkent, Kazakhstan.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-139-155

ХҒТАР 19.41.41
Ғылыми мақала

Цифрлық медиадағы подкастинг: ғаламдық контекст және отандық үдерістер

С. Ы. Иса*[1], М. Б. Тоқтағазин[2]

[1,2]Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

*(E-mail: *[1]sayaissa01@mail.ru [2]muratbek_63@mail.ru)*

Аңдатпа. Цифрлық медианың қарқынды дамуы ақпаратты өндіру, тарату және тұтыну тәсілдерін өзгертіп, подкастингтің журналистикадағы дербес медиаформат ретінде қалыптасуына ықпал етті. Әлемдік медиакеңістікте подкастинг кәсібилену, монетизация және аудиториямен өзара әрекеттесудің тұрақты тетіктерін қалыптастырғанымен, Қазақстанда бұл бағыттың институционалдық, технологиялық және мазмұндық ерекшеліктері әлі де жүйелі зерттеуді қажет етеді. Осыған байланысты зерттеудің мақсаты – цифрлық медиадағы подкастингтің даму үдерістерін әлемдік тәжірибе негізінде саралап, Қазақстандағы қалыптасу ерекшеліктері мен негізгі тенденцияларын айқындау.

Зерттеуде сипаттамалық, салыстырмалы-талдамалық және жүйелеу әдістері қолданылды. Подкастингтің тарихи қалыптасуы, функционалдық және жанрлық ерекшеліктері ғылыми әдебиеттер негізінде қарастырылып, халықаралық және қазақстандық подкаст-жобалары мазмұны, аудиториясы, таралу арналары, монетизация тетіктері және кәсібилену деңгейі бойынша салыстырылды. Сонымен қатар, Қазақстандағы подкастингтің дамуына ықпал ететін әлеуметтік-мәдени, технологиялық және құқықтық алғышарттарды анықтау үшін ашық дереккөздердегі статистикалық мәліметтер мен цифрлық платформалардың көрсеткіштері пайдаланылды.

Зерттеу нәтижелері әлемдік тәжірибеде подкастингтің дербес медиаөнім ретінде орнығып, кәсіби өндіріс, монетизация және аудиториямен тұрақты байланыс модельдерін қалыптастырғанын көрсетті. Қазақстанда подкастингтің дамуына интернет пен мобильді технологиялардың қолжетімділігі, жас аудиторияның белсенділігі және қазақ тіліндегі цифрлық контенттің көбеюі ықпал етіп отырғаны анықталды. Сонымен бірге, отандық подкастингте тұрақты монетизация тетіктерінің жеткіліксіздігі,

Түсті: 29. 06.2026; Мақұлданды: 16.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы үшін**

кәсіби өндіріс деңгейінің әркелкілігі және институционалдық қолдау мен құқықтық реттеудің әлсіздігі байқалады. Зерттеу нәтижелері Қазақстандағы подкастингтің қазіргі даму бағытын жүйелеуге және оның отандық цифрлық журналистикадағы әлеуетін бағалауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: подкастинг, жаңа медиа, цифрлық журналистика, сторителлинг, цифрлық медиа, Қазақстандағы подкастинг, медиа тұтыну.

Кіріспе

Цифрлық медианың қарқынды дамуы XXI ғасырдың басында бұқаралық ақпарат құралдарының құрылымына ғана емес, журналистиканың мазмұны мен форматына да елеулі өзгерістер енгізді. Бұл өзгерістердің ішінде подкастинг ерекше назар аударатын құбылыс ретінде танылып отыр. Ол жаңа медианың бір бөлігі бола отырып, аудиториямен интерактивті байланыс орнатудың, тақырыпты тереңірек жеткізудің, сондай-ақ журналистиканың жаңа жанрлық пішіндерін қалыптастырудың тиімді құралына айналды (McLuhan, 2018). Подкастинг қазіргі таңда дәстүрлі медиамен қатар жүретін немесе оны толықтыратын дербес медиа түріне айналды. Оның танымалдығы жаһандық және аймақтық деңгейде өсіп келе жатқаны байқалады.

Қазақстандық ғылыми кеңістікте подкастинг мәселесіне арналған зерттеулер соңғы жылдары біртіндеп қалыптасып келеді. Шайкенова және т.б. (2026) подкастинг феноменін жанрлар синтезі, сұхбат форматы және оның медиакеңістікте қолданылу мүмкіндіктері тұрғысынан қарастырса, Куркимбаева және т.б. (2025) «Zamandas» подкасты негізінде подкаст контентінің медиадискурстық, құрылымдық және коммуникативтік ерекшеліктерін талдайды. Бұл мақаланың аталған зерттеулерден айырмашылығы – халықаралық және қазақстандық подкастинг тәжірибесін салыстырып, олардың мазмұндық және жанрлық ерекшеліктерімен қатар, таралу арналары, аудиториямен өзара әрекеттесу тәсілдері, кәсібилену деңгейі мен монетизация тетіктерін қарастыруында. Осы салыстыру негізінде Қазақстандағы подкастингтің қазіргі даму ерекшеліктері мен негізгі тенденциялары анықталады.

Зерттеудің мақсаты – цифрлық медиадағы подкастингтің даму үдерістерін әлемдік тәжірибе негізінде саралап, Қазақстандағы қалыптасу ерекшеліктері мен негізгі тенденцияларын айқындау.

Зерттеу әдістері. Мақалада сипаттамалық, салыстырмалы-талдамалық және жүйелеу әдістері қолданылды. Подкастинг ұғымының тарихи қалыптасуы, функционалдық және жанрлық ерекшеліктері ғылыми әдебиеттер негізінде қарастырылды. Жаһандық және қазақстандық подкастинг тәжірибесін салыстыру үшін кейстік талдау тәсілі қолданылып, зерттеу нысандары мақсатты іріктеу қағидаты бойынша таңдалды. Зерттеу үлгісіне 8 халықаралық және 6 қазақстандық, барлығы 14 подкаст жобасы енгізілді.

Халықаралық кейстерді іріктеуде жобаның кәсіби медиа ұйыммен байланысы, журналистік мазмұны, жанрлық және тақырыптық ерекшелігі, аудиторияға бағытталуы, таралу ауқымы мен подкастинг индустриясындағы танымалдығы ескерілді. Осы өлшемдер негізінде жаңалықтық, журналистік зерттеу, деректі-нарративті, әлеуметтік-мәдени және ғылыми-ағартушылық бағыттарды қамтитын халықаралық подкаст жобалары қарастырылды. Қазақстандық кейстерді іріктеуде жобалардың тақырыптық және форматтық әртүрлілігі, қазақ және орыс тілді медиакеңістіктегі көрінісі, тұрақты

контент өндіруі, цифрлық платформаларда ұсынылуы және аудиториямен өзара әрекеттесу ерекшеліктері назарға алынды.

Іріктелген халықаралық және қазақстандық подкаст жобалары мазмұны мен жанрлық бағыты, мақсатты аудиториясы, таралу арналары, кәсібилену ерекшеліктері және аудиториямен өзара әрекеттесу тетіктері бойынша салыстырылды. Сонымен қатар, Қазақстандағы подкастингтің дамуына ықпал ететін әлеуметтік-мәдени, технологиялық және құқықтық алғышарттарды зерделеу үшін ашық дереккөздердегі статистикалық мәліметтер мен цифрлық платформалардың көрсеткіштері пайдаланылды. Зерттеуге пайдаланылған деректер 2026 жылы ашық дереккөздерден, ғылыми жарияланымдардан және цифрлық платформалардан жинақталды. Шетелдік және қазақстандық тәжірибені салыстыру барысында заңнамалық база, мемлекеттік қолдау, медиа ұйымдардың рөлі, тілдік әртүрлілік, коммерциялық модельдер және контент өндірісінің кәсіби деңгейі негізгі салыстыру өлшемдері ретінде алынды.

Подкастинг ұғымы алғаш рет 2004 жылы пайда болды. Бұл термин ағылшын тіліндегі “iPod” (Apple компаниясының музыка тыңдауға арналған құрылғысы) және “broadcasting” (радио немесе телехабар тарату) сөздерінің бірігуінен туған (Hammersley, 2004). Терминді алғаш рет журналист Б. Хаммерсли («The Guardian» газетінде) ұсынғаны белгілі. Осы кезеңнен бастап подкастинг желі арқылы аудио немесе видеофайлдарды жүйелі түрде тарату мен тұтынудың жаңа форматына айналды (Berry, 2006). Оның басты ерекшелігі – жазбаның кез келген уақытта тыңдалуы мүмкіндігі мен қолданушының таңдау еркіндігі.

Ғылыми әдебиетте подкастинг дербес аудиомедиа форматы әрі цифрлық медиамәдениеттің бір бөлігі ретінде қарастырылады. М. Спинелли мен Л. Данн подкастингтің аудиомедиадағы өзгерістермен бірге қалыптасып, өзіндік шығармашылық, өндірістік және аудиториялық ерекшеліктерге ие болғанын атап көрсетеді (Spinelli and Dann, 2019). Д. Ллинарес, Н. Фокс және Р. Берри подкастингті дәстүрлі және жаңа медианың тоғысында қалыптасқан жаңа аудиомәдениеттің көрінісі ретінде қарастырады (Llinares et al., 2018). Осы тұжырымдар подкастингті журналистикада радиожурналистика элементтерін, репортаждық стильді және авторлық аналитиканы тоғыстыратын күрделі медиаформат ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Подкастингтің журналистикадағы функцияларын бірнеше бағытта қарастыруға болады:

1. Ақпараттық функциясы – подкастинг тыңдаушыны жаңалықтармен, сараптамалық ақпаратпен қамтамасыз етеді. Көптеген жаңалық агенттіктері мен тәуелсіз медиа платформалар подкаст форматын жаңалық таратуда қолдануда (мысалы, NPR News, BBC Sounds, Deutsche Welle т.б.) (McHugh, 2016).
2. Білім беру функциясы – көптеген подкасттар білім саласына бағытталған: тіл үйрету, ғылымды танымал ету, медиасауаттылықты арттыру (мысалы, «Science Vs», «TED Talks Daily» подкастары) (Hew, 2009).
3. Сараптамалық-аналитикалық функциясы – подкасттар терең журналистік зерттеу жүргізуге, қоғамдық құбылыстарға баға беруге мүмкіндік береді (Pavlik, 2021).
4. Интерактивтілік және қатысу функциясы – подкастинг аудиториямен кері байланыс орнатуға, тыңдаушылардың пікірін ескеруге, сұрақ қоюға, пікір қалдыруға мүмкіндік береді. Бұл қазіргі журналистиканың басты талаптарының бірі (Deuze, 2006). Сонымен қатар, подкастинг журналистің өзіндік стилін көрсетуге, еркін

тақырып таңдауға және өз контентін тәуелсіз түрде жүргізуге мүмкіндік береді. Бұл оның демократиялық әлеуетін де көрсетеді. Кейбір зерттеушілер подкастингті «медиа демократияландыру құралы» ретінде қарастырады.

Журналистика жанрларының эволюциясы подкастинг форматының пайда болуымен жаңа сатыға көтерілді. Подкастинг дәстүрлі жанрлардың элементтерін сақтай отырып, сонымен қатар жаңа стильдер мен әдістердің дамуына негіз болды.

Журналистикада подкасттар жиі репортаж, сұхбат, эссе, аналитикалық шолу, зерттеу және деректі әңгіме жанрларын қамтиды. Көптеген подкасттар түрлі жанрлардың элементтерін қамтиды. Яғни, бір подкастта репортаж да, сұхбат та, авторлық түсініктеме де қатар жүруі мүмкін. Бұл тәсіл тыңдаушыға оқиғаны тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Мысалы, «Serial» атты танымал американдық подкаст true crime (нақты қылмыстық оқиғалар негізіндегі журналистік зерттеу) жанрының подкастинг арқылы қалайша ерекше мазмұнға айналғанын көрсетеді. Мұнда журналистикалық зерттеу, деректі баяндау мен көркемдік элементтер үйлеседі.

Сұхбат жанры – подкастингте кең таралған түр. Журналист пен сарапшы немесе кейіпкер арасындағы диалог тыңдаушыны тартады, өйткені ол тірі коммуникацияның әсерін береді. Бұл формат теле және радиожурналистикадағы ток-шоулар мен интервьюдің жалғасы іспетті, бірақ подкастингте тақырыпты кеңірек әрі тереңірек талқылауға мүмкіндік береді. Қазақстандық медиакеңістікте де сұхбат-подкаст жанры цифрлық медиадағы жанрлық трансформация үдерісі аясында дамып келеді (Шайкенова және т.б., 2026).

Подкастинг нарративті журналистиканың дамуына зор үлес қосты. Мұнда оқиғалар хикая түрінде баяндалып, драматургиялық құрылыммен беріледі. Бұл тәсіл тыңдаушының эмоциялық қабылдауына әсер етеді және ақпаратты терең есте сақтауына мүмкіндік береді. Сторителлинг әдісін қолдану подкастингтің тиімділігін арттырады. Оқиға, кейіпкерлер, дауыс интонациясы мен музыкалық сүйемелдеу – барлығы кешенді әсер береді. Подкаст форматында публицистикалық элементтер кеңінен қолданылады. Авторлық көзқарас, қоғамдық құбылыстарға баға беру, өзекті мәселелерді көтеру – подкастинг мазмұнының өзегіне айналған. Бұл әсіресе тәуелсіз журналистер үшін маңызды. Олар өз ойларын ашық айтып, кез келген саяси немесе әлеуметтік тақырыпты қозғай алады.

Подкастинг журналистикадағы форматтық еркіндікті қамтамасыз етеді. Мысалы (Bonini, 2015):

- Подкаст ұзақтығы еркін (кейбір эпизодтар 10 минут болса, басқалары 2 сағатқа дейін созылуы мүмкін).
- Тақырып таңдауы кең (саясат, экология, мәдениет, білім, экономика, әйел құқықтары, денсаулық сақтау – бәрі қамтылады).
- Аудиториямен байланыс мүмкіндігі (подкаст авторлары әлеуметтік желілер, e-mail немесе арнайы платформалар арқылы тыңдаушылармен байланысады).

Бұл журналистиканың дараландыруына және тыңдаушымен терең байланыс орнатуына ықпал етеді.

Подкастингтің медиа тарихындағы орны оны радионың цифрлық мутациясы ретінде сипаттауға мүмкіндік береді. Радиожурналистика XX ғасырда басты ақпарат көзі болса, подкастинг XXI ғасырда осы функцияны жаңа пішінде жалғастыруда. Медиа ғалымдар Х. Дженкинс пен М. Деузе подкастингті қатысушылық мәдениет пен

медианың конвергенциясы үрдістерімен байланыстырады (Jenkins, 2006). Бұл оның тек техникалық емес, сонымен қатар мәдени феномен екенін көрсетеді.

Талқылау. XXI ғасыр – цифрлық медиа мен мультимедиалық контенттің дәуірі ретінде сипатталады. Бұл кезеңде подкастинг секілді медиаформаттар ақпаратты ұсынудың, қабылдаудың және таратудың дәстүрлі үлгілерін трансформациялады. Подкастингтің даму тарихын зерделеу оның тек техникалық немесе технологиялық жаңалық еместігін, сондай-ақ жаһандық коммуникация мәдениетінің бір бөлігі ретінде қалыптасқанын көрсетеді. Бүгінде подкастинг – журналистиканың танымал әрі пәрменді құралы. Оның жаһандық дамуы медиа саласындағы трансформациялық процестердің, аудиторияның өзгерген сұранысының және дербестендірілген ақпарат тұтыну мәдениетінің айқын көрінісі.

Подкастингтің бастауында тұрған негізгі технологиялық ілгерілеу – интернет пен цифрлық құрылғылардың жаппай таралуы. 2000-жылдардың басында жоғары жылдамдықтағы интернеттің, RSS-ленталардың (Really Simple Syndication) және MP3-плеерлердің пайда болуы жеке авторларға өз контентін таратуға мүмкіндік берді. RSS технологиясы арқылы қолданушылар подкасттарға жазылып, автоматты түрде жаңа эпизодтарды жүктеп ала бастады. Бұл – дәстүрлі радиохабардан басты айырмашылығы еді: подкастты тыңдау уақыты мен орны аудиторияның таңдауы бойынша анықталатын.

«Podcatching» бағдарламаларының (мысалы, iTunes, Juice, Podnova) пайда болуы подкастингті жаңа деңгейге көтерді. Ал 2005 жылы Apple компаниясы iTunes дүкенінде подкаст бөлімін іске қосқанда, подкастинг ресми түрде массалық медиа нарығына енді. Бұл оқиға подкастингтің жаһандық медиа жүйесіндегі орнының беки түсуіне ықпал етті (Sterne, 2012).

Подкастингалғашқы АҚШ-та кең танымалдыққа ие болды. Американдық медиа нарығының икемділігі мен дербес медиа бастамаларға ашықтығы подкастинг индустриясының тез дамуына себеп болды. NPR (National Public Radio), The New York Times, Slate сияқты ірі медиакомпаниялар өз подкасттарын ұсынды. Олардың ішінде «The Daily», «Planet Money», «Serial», «Code Switch» сияқты подкасттар халықаралық деңгейде танымал бола бастады. Әсіресе, «Serial» подкасты – журналистік зерттеу жанрындағы подкасттардың жаңа толқынының бастаушысы ретінде мойындалды. «Serial» подкасты алғашқы екі маусым аралығында 175 миллионнан астам рет жүктеліп, подкастингке деген назарды күрт арттырды (Butt, 2016).

Американдық нарықтан кейін Еуропа елдерінде де подкастинг кең тарай бастады. Ұлыбританияда BBC Sounds платформасы арқылы мемлекеттік медиа өз подкаст жобаларын дамытты. Германия, Франция, Нидерланды, Скандинав елдері де ұлттық және жергілікті медиалар аясында подкасттық өнімдер ұсынуға кірісті. Еуропада подкастингтің ерекшелігі – оның тақырыптық әртүрлілігінде: мәдениет, саясат, экономика, этникалық мәселелер, жастар субмәдениеті, экология және гендерлік теңдік сияқты салаларда арнайы подкасттар пайда болды. Азия елдерінде де подкастинг ұлттық медиа нарықтарының технологиялық және платформалық ерекшеліктеріне сәйкес әртүрлі бағытта дамып келеді. Әлемнің 40 нарығын және бірнеше өңірдің, соның ішінде Азия елдерінің тәжірибесін қамтыған зерттеулер подкаст тұтынуы мен индустриялық даму ерекшеліктерінің елдер арасында әркелкі екенін көрсетеді (Sang et al., 2020).

Подкастинг бастапқыда қарапайым әуесқой жазбалар түрінде болса, қазіргі кезде ол кәсіби медиаөнім деңгейіне көтерілді. Бұл өзгеріс бірқатар факторлармен байланысты:

1. Журналистиканың кәсібиленуі – подкаст форматында жұмыс істейтін журналистердің кәсіби дағдылары мен медиа тілін меңгеруі артып келеді. Көптеген редакциялар арнайы подкаст бөлімдерін ашып, медиа өнімді кәсіби түрде өңдеуге көшті.
2. Қаржыландыру және монетизация – подкасттар жарнама, демеушілік, жазылым арқылы табыс таба алатын құралға айналды. Patreon, Substack, Spotify сияқты платформалар подкаст авторларына контентті монетизациялауға мүмкіндік береді.
3. Тақырыптық тереңдік – подкастинг журналистикада ұзақ форматты дамытуға жол ашты. Телевизиядағы немесе радиодағы уақыт шектеуінен айырылған подкаст журналистика терең зерттеу, контексті түсіндіру, дерек пен сараптаманы толық ұсыну мүмкіндігін арттырды.
4. Тілді, дыбыс реңкін, монтажды шебер қолдану – подкаст авторлары интонация, үнтаспа реңкі, фондық дыбыстар арқылы тыңдаушыға әсер ету әдістерін дамытты. Бұл оны нарративті журналистиканың бөлігіне айналдырды.

Подкастингтің тақырыптық ауқымы да біртіндеп кеңейіп келеді. Мәселен, медицина және денсаулық сақтау саласында подкасттар кәсіби ақпарат тарату мен білім берудің қосымша құралы ретінде қалыптасты. Зерттеулер медициналық білім беруге арналған подкасттардың соңғы жылдары кең таралып, дәстүрлі оқу материалдарын толықтыратын цифрлық ресурсқа айналғанын көрсетеді (Rodman and Trivedi, 2020).

Подкастингтің қазіргі даму кезеңіндегі маңызды үрдістердің бірі – оның дәстүрлі аудиоформат шеңберінен шығып, видеоконтентпен ықпалдасуы. Reuters Institute for the Study of Journalism зерттеулерінде подкастингтің аудиоға негізделген медиаформаттан аудио және визуалды компоненттерді қатар қамтитын көпплатформалы өнімге қарай өзгеріп келе жатқаны көрсетіледі (Robertson, 2025). Видеоподкасттардың таралуы әсіресе YouTube секілді платформалардың рөлін күшейтіп, подкастты тек тыңдалатын емес, сонымен бірге көрілетін контентке айналдыруда. Мұндай формат толық эпизодты видеонұсқада ұсынумен ғана шектелмейді: оның жекелеген фрагменттерін қысқа бейнероликтерге бейімдеп, әлеуметтік желілер арқылы тарату аудиторияны кеңейтудің қосымша тетігіне айналды.

Бұл трансформация подкастингтің журналистикадағы қызметіне де өзгеріс енгізеді. Аудиоподкаст тыңдаушыға контентті басқа әрекеттермен қатар тұтынуға және автордың дауысы арқылы жақын коммуникациялық байланыс орнатуға мүмкіндік берсе, видеоподкаст вербалды мазмұнды визуалды коммуникация элементтерімен толықтырады. Нәтижесінде бір подкаст өнімі әртүрлі платформаларда түрлі форматта таралып, аудиторияға жетудің бірнеше арнасын қатар пайдалана алады. Reuters Institute-тың 2025 жылғы Digital News Report есебінде АҚШ-та респонденттердің 15%-ы соңғы аптада жаңалық подкасттарын пайдаланғаны және көптеген подкасттардың видеоға түсіріліп, YouTube пен TikTok сияқты платформалар арқылы таратылатыны көрсетілген (Newman et al., 2025). Бұл үрдіс подкастингті тек аудиожурналистиканың цифрлық жалғасы ретінде емес, платформалық логикаға бейімделген мультимедиалық журналистік өнім ретінде қарастыру қажеттігін көрсетеді.

Подкастинг медиа жүйесінің либералдануына, альтернативті көзқарастардың кеңінен таралуына ықпал етуде. Дәстүрлі медиада жиі шектелетін маргиналды топтар (ЛГБТ+, этникалық азшылықтар, әйелдер қозғалысы, адам құқықтары белсенділері) подкастинг арқылы өз дауыстарын жеткізе алады. Бұл демократиялық сөз бостандығының кеңеюінің бір формасы ретінде қарастырылады (Couldry, 2012). Мысалы, «The Guilty

Feminist» (Ұлыбритания), «Code Switch» (АҚШ), «QueerAF» (Аустралия) сияқты подкасттар азшылық топтардың мәселелерін көтеріп, оларға әлеуметтік алаң ұсынады. Осылайша, подкастинг жаһандық медиадағы плюрализм мен әртүрлілік принциптерін ілгерілетуде.

1-кесте. Халықаралық медиа ұйымдардағы табысты подкастинг жобаларының салыстырмалы талдауы

№	Подкаст атауы/медиа ұйым	Аймақ	Мазмұн сипат-тамасы (жанры мен тақырыбы)	Мақсаты мен аудиториясы	Ерекшеліктері мен жетістіктері
1	The Dai-ly/ The New York Times	АҚШ	Жаңалықтар, сараптамалық репортаждар	Күнделікті жаңалықты аналитикалық баяндау, АҚШ пен әлем бойынша ауди-тория	5 млн айлық тыңдаушы; 1 млн-нан астам күнделікті ауди-тория (Quah, 2018)
2	Serial/This American Life	АҚШ	Журналистік зерттеу, кри-миналды оқиға	Күрделі әлеуметтік және құқықтық істерді ашу	Подкастинг та-рихындағы алғашқы виру-стық жоба, алғашқы екі маусым ара-лығында 175 млн-нан астам жүктеу (Butt, 2016)
3	BBC Global News Podcast/BBC	Ұлыбритания	Халықаралық жаңалықтар мен репор-таждар	Әлемдік ауди-торияға ха-лықаралық жаңалықтарды жеткізу	Халықаралық жаңалықтар мен өзекті оқиғалар-ды жедел қамтитын, тұрақты жаңартылатын формат (BBC World Service, 2026)
4	Code Switch/ NPR	АҚШ	Этникалық, мәдени және әлеуметтік мәселелер	Мультикультурализм мен сәйкестік тура-лы ой қозғау	Нәсіл, саясат, мәдениет және әлеуметтік сәйкестік мәселе-лерін талқылай-тын NPR жоба-сы (NPR, 2026).
5	The Documentary/BBC World Service	Ұлыбритания	Құжаттық және нарра-тивті журнали-стика	Әлеуметтік, мәдени, саяси құбылыстарды терең талдау	әртүрлі елдер-дегі кейіпкерлер мен оқиғаларды қамтитын ха-лықаралық де-ректі формат (BBC World Service, 2026).
6	Inside Europe/Deutsche Welle	Германия	Еуропалық саясат пен қоғам тақырыптары	Еуропалық интеграцияны сараптамалық тұрғыда талдау	Көптілді мазмұн, әр эпизодта сарапшы және репор-таждар ұсыны-лады (Deutsche Welle, 2026).

7	Stuff You Should Know/ iHeartRadio	АҚШ	Ғылым, тарих, мәдениет, өмір салты	Ақпаратты ойын-сауық элементтерімен түсіндіру	iTunes рей-тингінде №1 орынға көтеріліп, ұзақ уақыт Top 10 қатарында бол-ды (Aman, 2016).
8	TED Talks Daily/TED	АҚШ	Ғылым, техно-логия, бизнес, психология	Қоғамдық білімді тарату, тыңдаушылар-ды шабыттан-дыру	Подкастинг форматына TED сахна контентін икемді жеткізу (TED, 2026).

1-кестеде подкастинг саласындағы әлемдік деңгейдегі ең табысты медиа жобалардың кейстері жүйеленіп берілген. Онда түрлі елдерден шыққан танымал подкасттар мазмұны, аудиториясы және ерекшеліктері бойынша салыстырмалы түрде сипатталады. Бұл мысалдар подкастингтің журналистикада қалайша өзіндік жанрлық құрылым мен маңызға ие болғанын дәлелдейді. Сондай-ақ, кесте әр жобаның стратегиялық мақсаттарын, форматтық ерекшеліктерін және ықпалын жүйелі түрде көрсетеді. Осы арқылы жаһандық подкастинг тәжірибесінің кәсібилену деңгейі мен медиа саласына ықпалы айқындалады.

Қазақстанда подкастинг салыстырмалы түрде кеш дамыды, бірақ соңғы жылдары бұл сала қарқынды дамып келеді. Бұл дамудың негізінде бірқатар әлеуметтік-мәдени және технологиялық алғышарттар жатыр.

Подкастингтің формасы мен мазмұнының дамуы интернеттің кең қолжетімділігімен тікелей байланысты. Соңғы онжылдықта Қазақстанда интернет қолдану деңгейі айтарлықтай өсті.

Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының деректері бойынша, 2024 жылы 16–74 жастағы халық арасында интернет пайдаланушылардың үлесі 96,2%-ды құрады (Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы, 2025). Осы тұста смартфондардың кең таралуы мен мобильді интернеттің қолжетімділігі Қазақстандағы подкастингтің дамуына зор жол ашты. Адамдар күнделікті өмірінде подкасттарды тыңдау мүмкіндігіне ие болды – жұмысқа, оқуға, жолға шыққанда ақпаратты бір уақытта қабылдау, таңдау мүмкіндігі туды.

Подкастинг аудиториясының маңызды ерекшеліктерінің бірі – жас пайдаланушылар арасындағы белсенділіктің жоғары болуы. Reuters Institute for the Study of Journalism-тың Digital News Report 2023 зерттеуінде 20 елдің деректері негізінде 18–24 жастағы респонденттердің 56%-ы, ал 25–34 жастағылардың 53%-ы соңғы айда подкаст тыңдағаны көрсетілген. Жас ұлғайған сайын бұл көрсеткіш төмендейді: 35–44 жас тобында – 41%, 45–54 жаста – 30%, ал 55 жастан асқан респонденттер арасында – 19% (Newman et al., 2023). Бұл нәтижелер подкастингтің жас және цифрлық медианы белсенді пайдаланатын аудитория арасында кең таралғанын көрсетеді.

Қазақстандағы подкаст аудиториясының жас құрылымын сипаттайтын репрезентативті ашық статистикалық деректердің шектеулілігі отандық подкастинг аудиториясын арнайы эмпирикалық тұрғыдан зерттеу қажеттігін көрсетеді.

Қазақстан – көптілді ел, онда қазақ, орыс және ағылшын тілдері кең қолданылады.

Бұл тілдік әртүрлілік подкастингтің дамуында маңызды рөл атқарады, өйткені әр тілде подкасттар жасау және тыңдаушылар табу мүмкіндігі бар. Қазақ тіліндегі подкасттар соңғы жылдары айрықша белсенді дамып келеді, әсіресе қоғам, мәдениет, білім, психология және әдебиет салаларында. Қазақ тіліндегі подкаст жобалары тек ел ішіндегі аудиторияға ғана емес, шетелдегі қазақ тілді тыңдаушыларға да бағытталған.

2-кесте. Қазақстандағы табысты подкастинг жобаларының кейстері

№	Подкаст атауы	Автор	Мазмұны мен бағыты	Ерекшеліктері мен жетістіктері
1	Дерзай	Жансая, Надя, Кима (Алматы)	Өмірлік тәжірибе, саяхат, қарым-қатынас, инвести-циялар, әйел-дердің үндері	156 эпизод (2025 жылғы шілдедегі дерек бойын-ша); бірнеше қосымша подкаст жобаларының ав-торлары; заманауи әйелдік тәжірибе мен қалалық мәдениетті бейнелейді (Spotify, 2025).
2	Narikbi LIVE	Максут Нарик-би	Рухани даму, мо-тивация, адамның мүмкіндіктері	Қазақстан жастарының рухани және интеллек-туалды дамуына бағыт-талған өзін-өзі дамыту подкасты; аудио және ви-део форматта таратылады (Apple Podcasts, 2026).
3	Книго-метр	Марина мен Жанаргүл	Кітаптар, жанр-лар, әдебиет, оқырман мәдени-еті	107+ эпизод (2026 жылғы шілдедегі дерек бойын-ша); әдеби жанрлар, кітаптар мен экрани-зации-яларды талқылайтын подкаст (Apple Podcasts, 2026).
4	Түнгі Шай	Роза Аширба-е-ва (коуч, бло-гер)	Қарым-қатынас, бизнес, әйел пси-хологиясы	Қазақ тіліндегі психологи-ялық стендап-шоу; интер-активті форматта қарым-қатынас, ақша және биз-нес тақырыптары талқы-ланады (Apple Podcasts, 2026).
5	Dope Soz	Жомарт Арал-бай-ұлы, Арсен Түсіп-бек	Қоғам, тарих, мәдениет, ирония	«URKER-2023» ұлттық бәйгесінің «Үздік под-каст» номинациясының номинанты; интеллек-туалды және ирониялық мазмұнға құрылған пікір алаңы (Қазақстан Республ-ликасы Мәдениет және ақпарат министрлігі, 2023).
6	Zamandas podcast	Қанат Бейсе-ке-ев, Ержан Ал-дабер-генов	Заманауи қоғам, кейіпкерлердің өмір жолы, пікір-таластар	Қоғамдық және өмірлік тақырыптарды еркін сұх-бат пен пікірталас форма-тында талқылайтын қазақ тіліндегі подкаст; шығарылымдарға түрлі сала өкілдері қатысады (Zamandas, 2026).

Қазақстандық подкастингтің даму ерекшеліктерін Х. Дженкинстің конвергенция және қатысушылық мәдениет тұжырымдамалары тұрғысынан қарастыруға болады. Дженкинс жаңа медиада контенттің әртүрлі медиаплатформалар арқылы таралуын және медианы өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы өзара әрекеттестіктің өзгеруін конвергенциялық мәдениеттің маңызды белгілері ретінде сипаттайды (Jenkins, 2006). Бұл теориялық ұстаным қазақстандық подкастинг тәжірибесінен де көрініс табады. Зерттеуге енгізілген отандық жобалар дәстүрлі аудиоформатпен шектелмей, YouTube және әлеуметтік желілер сияқты цифрлық арналарды пайдаланады. Мұндай көпплатформалы таралым аудиторияның контентті тек қабылдауына ғана емес, оған пікір білдіруіне, бөлісуіне және авторлармен кері байланыс орнатуына мүмкіндік береді. Осы тұрғыдан қазақстандық подкастингті медиаконтентті өндіру, тарату және тұтыну арасындағы шекаралар өзгеріп келе жатқан конвергенциялық медиамәдениеттің бір көрінісі ретінде бағалауға болады.

Бұл үдерісті М. Деузенің цифрлық мәдениет тұжырымдамасы да толықтыра түседі. Деузе цифрлық мәдениеттің негізгі компоненттері ретінде қатысу (participation), ремедиация (remediation) және бриколажды (bricolage) бөліп көрсетеді (Deuze, 2006). Қазақстандық подкастингте бұл сипаттар дәстүрлі журналистиканың сұхбат, сараптама және авторлық баяндау тәсілдерінің цифрлық платформалардың мүмкіндіктерімен ұштасуынан байқалады. Подкаст авторлары әртүрлі медиалық тәсілдерді бір өнім аясында біріктіріп, контентті бірнеше цифрлық арнаға бейімдейді, ал аудитория оны талқылау мен тарату үдерісіне қатысады. Демек, отандық подкастингті дәстүрлі радиожурналистиканың цифрлық баламасы ретінде ғана емес, қалыптасып келе жатқан цифрлық медиамәдениеттің қатысушылық және конвергенциялық сипатын танытатын медиа тәжірибе ретінде қарастыруға болады.

Қазақстандық подкастингті М. Маклюэннің медианы адамның коммуникациялық мүмкіндіктерін кеңейтетін орта ретінде қарастыратын тұжырымымен де байланыстыруға болады (McLuhan, 2018). Смартфон, құлаққап және цифрлық платформалар арқылы подкастты кез келген уақытта тұтыну медиамазмұнды тұтынудың уақыт пен кеңістікке тәуелділігін азайтып, аудиторияның медиамен өзара әрекеттесу тәсілін өзгертеді. Қазақстан жағдайында бұл подкасттардың Spotify, Apple Podcasts, YouTube және әлеуметтік желілер арқылы қатар таралуынан көрінеді. Н. Каулдридің медианы күнделікті әлеуметтік тәжірибелердің бір бөлігі ретінде қарастыратын ұстанымы да осы үдерісті түсіндіруге мүмкіндік береді (Couldry, 2012). Отандық подкастингте медианы тұтыну контентті тыңдаумен ғана шектелмей, оны бөлісу, талқылау және авторлармен кері байланыс орнату тәжірибелерімен ұштасады. Осы тұрғыдан қазақстандық подкастингті цифрлық ортада қалыптасып келе жатқан әлеуметтік-коммуникациялық тәжірибенің бір формасы ретінде бағалауға болады.

Подкастинг журналистикада сараптамалық терең аналитика, қоғамдағы маңызды тақырыптарды талқылау және жан-жақты пікір алмасу алаңына айналды. Бұл формат журналистің жеке үні мен мазмұнның стилін көрсетуге мүмкіндік береді, сонымен қатар аудиторияны интерактивті түрде тартуға жағдай жасайды.

Қазақстандағы подкасттар негізінен Spotify, Apple Podcasts және басқа әлемдік каталогтар арқылы таралады. Сонымен қатар, кейбір подкасттар YouTube, Telegram, Instagram және TikTok сияқты әлеуметтік платформалар арқылы да ұсынылады. Бұл подкасттың көпарналы таратылымының болуын және аудиторияны кеңейтуге мүмкіндік

береді. Қазақстандық медиа кеңістікте подкастинг жаңа сала ретінде дамуда. «Azattyq Podcasts» және «Soyle» сияқты жобалар қоғамдағы түрлі өзекті тақырыптарды ашық талқылауға мүмкіндік беріп отыр. Қазақ тіліндегі подкасттар отандық медиадискурстың жаңа формаларының бірі ретінде қалыптасып келеді. «Zamandas» подкасты негізінде жүргізілген зерттеу қазақ тіліндегі подкаст контентінің құрылымдық, прагматикалық және коммуникативтік ерекшеліктерін көрсетеді (Куркимбаева және т.б., 2025). Бұл құбылыс қазақ журналистикасының жанрлық және мазмұндық кеңеюіне әсер етуде.

Қазақстандық подкастингтің қазіргі даму үдерісінде подкастингке қызығушылықтың артуы, қазақ тіліндегі контенттің көбеюі және медиа ұйымдар мен дербес авторлардың бұл форматты жаңа цифрлық өнім ретінде игеруі байқалады.

Зерттеуде қарастырылған қазақстандық кейстер подкастингтің бір ғана аудиоплатформамен шектелмей, YouTube және әлеуметтік желілерді қамтитын көпарналы таралым моделіне бейімделіп келе жатқанын көрсетеді. Сонымен қатар, отандық жобалардың тақырыптық және форматтық әртүрлілігі подкастингтің ақпараттық, сараптамалық, ағартушылық және авторлық коммуникация алаңы ретінде қалыптасып келе жатқанын аңғартады.

Қазақстандағы подкастинг нарығы әлі жас болса да, ол тәжірибелік даму кезеңінен өтіп, динамикалық түрде дамуда. Оның дамуына интернеттің кең таралуы, жастар аудиториясының белсенділігі, тілдік әртүрлілік және медиа өндірістің инновациясы ықпал етуде. Подкастингтің Қазақстанда дамуы журналистика саласында жаңа мазмұндық бағыттардың қалыптасуына, аудиториямен интерактивті байланыс орнатуға және медиа өнімдерін жаңа форматта ұсынуға зор мүмкіндіктер ашады (Castells, 2010).

3-кесте. Шетелдік және қазақстандық подкастингтің институционалдық модельдерінің ұқсастықтары мен айырмашылықтары

№	Салыстыру критерийі	Шетелдік тәжірибе	Қазақстандық тәжірибе	Ұқсастықтар/айырмашылықтар
1	Заңнамалық ба-за	Авторлық құқық пен медиа еркіндігін нақты реттейді	Жаңа медиаға арнайы құқықтық база әлсіз	Айырмашылық: институционал-дық регламентте
2	Мемлекеттік қолдау	Подкасттарды тікелей қаржы-ландыру жоқ	Мәдени жоба-лар мен жастар БАҚ арқылы жанама қолдау	Ұқсастық: тікелей қаржыланды-ру шектеулі
3	Медиа ұйым-дардың рөлі	Үлкен медиа компаниялар арнайы подкаст бөлімдерін ашады	Жекелеген ме-диа ұйымдар эксперимент ретінде жүргізеді	Айырмашылық: құрылымдық деңгей мен тұрақтылықта
4	Тілдік әртүрлілік	Көптілді под-касттар, аударма және субтитр кең дамыған	Қазақ және орыс тілдері арасында теңсіздік байқалады	Айырмашылық: тілдік теңгерімсіздік

5	Коммерциялық модельдер	Patreon, жарнама, жазылым, краудфандинг кең тараған	Көп жағдайда монетизация жоқ, деме-ушілік аз	Айырмашылық: қаржыландыру тетіктерінде
6	Контент сапасы мен кәсібилік	Жоғары өндірістік деңгей, арнайы студиялар	Әуесқой подкасттар басым, кәсіби жобалар сирек	Айырмашылық: техникалық база мен тәжірибеде

Қорытынды. Жалпы алғанда, шетелдік және қазақстандық подкастинг жүйелері арасында бірқатар ортақ ұқсастықтар болғанымен, институционалдық және техникалық деңгейде елеулі айырмашылықтар сақталып отыр. Екі жақта да подкастинг тікелей мемлекеттік қолдаусыз дамып келеді, бұл оның тәуелсіз медиа формасы ретіндегі табиғатын көрсетеді. Дегенмен, шетелдік тәжірибеде бұл сала заңмен нақты реттеліп, монетизация үлгілері тиімді іске асырылған. Ал Қазақстанда монетизация мен құқықтық реттеу тетіктері әлі де жүйелі түрде қалыптаспаған. Контент өндіру сапасы, техникалық база және кәсіби студиялар жағынан да шетелдік жобалар алда келеді. Қазақстанда подкасттар әлі де көбінесе әуесқой форматта жүргізіледі, дегенмен бұл жағдай біртіндеп өзгеруде. Аудиториялық құрылым жағынан екі контексте де жастар басым сегментті құрайды, бұл – даму үшін ортақ мүмкіндік. Қазақ тілді контентті көбейту және оны кәсібилендіру арқылы ішкі нарық кеңеюі мүмкін. Сондай-ақ, институционалдық саясат пен құқықтық базаны жетілдіру – отандық подкастинг индустриясын тұрақтандырудың маңызды шарты. Осы негізде, Қазақстан подкастинг жүйесін дамытуда халықаралық модельдерден сабақ ала отырып, өзіндік жолын қалыптастыра алады.

Түйіндей айтсақ, подкастинг – тек техникалық жаңалық емес, бұл – медиатұтынудың жаңа мәдениетінің бір көрінісі. Ол әлемдік журналистикада дербес медиа алаң ретінде қалыптасты, кәсіби стандарттар мен этика нормаларын игеріп, толыққанды медиаөнімге айналды. Оның дамуы журналистиканың дәстүрлі формаларынан алыстап, дербестікке, шығармашылық еркіндікке, аудиториямен интерактивті байланыс орнатуға негізделген бағыттарға бет бұрғанын көрсетеді. Жаһандық тәжірибе подкастингтің тек техникалық медиаформат емес, сонымен қатар қоғамдық пікір қалыптастырушы, білім таратушы және медиа демократияландырушы құрал екенін дәлелдеп отыр. Қазақстандық медиа үшін бұл тәжірибе мазмұнды, сапалы және тақырыптық тұрғыдан терең подкаст жобаларды дамытуға бағдар бола алады.

Әдебиеттер тізімі

Куркимбаева, А.М., Базарова, Д.А., Сеитимбетова, С.Д. және Мухаметжанова, К.С. (2025) ‘Подкасттардың медиадискурс жанры ретіндегі сипаттамасы’, Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ хабаршысы. Филология ғылымдары сериясы, 79(4), 187–199-бб. doi: https://doi.org/10.48371/PHILS.2025.4.79.013

Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігі (2023) ‘«URKER-2023» Ұлттық бәйгесінің номинанттары’, 20 қыркүйек.

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы (2025) 2024 жылға Қазақстан Республикасындағы үй

шаруашылықтарының ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалануы туралы. Астана.

Маклюэн, М. (2018) Понимание медиа: Внешние расширения человека. 5-е изд., испр. Москва: Кучково поле.

Шайкенова, А.Ж., Саян, К.Е., Қалибекқызы, А., Алкожаева, А.С. және Тулешева, Г.К. (2026) 'Подкастинг феномені: жанрлар синтезі, сұхбаттың рөлі және медиаконтексте қолдану мүмкіндіктері', ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы, 79(1), 153–171-бб. doi: https://doi.org/10.26577/HJ791202612

Aman, C. (2016) 'How does Josh Clark work? An interview with Josh Clark of "Stuff You Should Know"', Cyrus Aman, 7 August.

Apple Podcasts (2026) 'Книгометр', Apple Podcasts.

Berry, R. (2006) 'Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio', Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 12(2), pp. 143–162. doi: https://doi.org/10.1177/1354856506066522

Bonini, T. (2015) 'The "second age" of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium', Quaderns del CAC, 41, pp. 23–32.

Butt, A. (2016) '"Serial" creators take USC behind the scenes of Adnan Syed case, success of podcast', USC Annenberg School for Communication and Journalism, 10 March.

Castells, M. (2010) The rise of the network society. 2nd edn. Chichester: Wiley-Blackwell. doi: https://doi.org/10.1002/9781444319514

Couldry, N. (2012) Media, society, world: Social theory and digital media practice. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M. (2006) 'Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture', The Information Society, 22(2), pp. 63–75. doi: https://doi.org/10.1080/01972240600567170

Hammersley, B. (2004) 'Audible revolution', The Guardian, 12 February.

Hew, K.F. (2009) 'Use of audio podcast in K–12 and higher education: A review of research topics and methodologies', Educational Technology Research and Development, 57(3), pp. 333–357. doi: https://doi.org/10.1007/s11423-008-9108-3

Jenkins, H. (2006) Convergence culture: Where old and new media collide. New York: New York University Press.

Llinares, D., Fox, N. and Berry, R. (eds) (2018) Podcasting: New aural cultures and digital media. Cham: Palgrave Macmillan. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8

McHugh, S. (2016) 'How podcasting is changing the audio storytelling genre', Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 14(1), pp. 65–82. doi: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T. and Nielsen, R.K. (2023) Digital News Report 2023. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13

Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C.T., Nielsen, R.K. and Fletcher, R. (2025) Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36

Pavlik, J.V. (2021) Disruption and digital journalism: Assessing news media innovation in a time of dramatic change. Taylor & Francis. doi: https://doi.org/10.4324/9781003111788

Quah, N. (2018) 'Where should the daily news podcast go from here? (Can we get away from "the commute"?)', Nieman Journalism Lab, 31 July.

Robertson, C.T. (2025) 'The changing landscape for news podcasts across countries', in Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Rodman, A. and Trivedi, S. (2020) 'Podcasting: A roadmap to the future of medical education', Seminars in Nephrology, 40(3), pp. 279–283. doi: https://doi.org/10.1016/j.semnephrol.2020.04.006

Sang, Y., Lee, J.Y. and Park, S. (2020) Podcast trends and issues in Australia and beyond: Global perspectives. Canberra: University of Canberra. doi: https://doi.org/10.25916/sgv0-qh32

Spinelli, M. and Dann, L. (2019) Podcasting: The audio media revolution. New York: Bloomsbury Academic.

Spotify (2025) 'Дерзай', Spotify.

Sterne, J. (2012) MP3: The meaning of a format. Durham: Duke University Press. doi: https://doi.org/10.1215/9780822395522

С. Ы. Иса*[1], М. Б. Токтагазин[2]

[1,2]Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Подкастинг в цифровых медиа: глобальный контекст и отечественные тенденции

Аннотация. Стремительное развитие цифровых медиа изменило способы производства, распространения и потребления информации, способствуя становлению подкастинга как самостоятельного медиаформата в журналистике. Несмотря на то что в глобальном медиапространстве подкастинг сформировал устойчивые механизмы профессионализации, монетизации и взаимодействия с аудиторией, в Казахстане институциональные, технологические и содержательные особенности данного направления по-прежнему требуют системного изучения. В связи с этим цель исследования заключается в анализе процессов развития подкастинга в цифровых медиа на основе мирового опыта, а также в выявлении особенностей его становления и основных тенденций в Казахстане.

В исследовании применялись описательный, сравнительно-аналитический методы и метод систематизации. Историческое становление подкастинга, его функциональные и жанровые особенности рассматривались на основе научной литературы, а международные и казахстанские подкаст-проекты сопоставлялись по содержанию, аудитории, каналам распространения, механизмам монетизации и уровню профессионализации. Кроме того, для выявления социально-культурных, технологических и правовых предпосылок развития подкастинга в Казахстане использовались статистические данные из открытых источников и показатели цифровых платформ.

Результаты исследования показали, что в мировой практике подкастинг утвердился как самостоятельный медиапродукт, сформировав модели профессионального производства, монетизации и устойчивого взаимодействия с аудиторией. Установлено, что развитию подкастинга в Казахстане способствуют доступность интернета и мобильных технологий, активность молодой аудитории и рост объема цифрового контента на казахском языке. Вместе с тем для отечественного подкастинга характерны недостаточная развитость устойчивых механизмов монетизации, неоднородный уровень профессионального производства, а также слабость институциональной поддержки и

правового регулирования. Результаты исследования позволяют систематизировать современные направления развития подкастинга в Казахстане и оценить его потенциал в отечественной цифровой журналистике.

Ключевые слова: подкастинг, новые медиа, цифровая журналистика, сторителлинг, цифровые медиа, подкастинг в Казахстане, медиапотребление.

S. Y. Issa*[1], M. B. Toktagazin[2]

[1,2] L.N. Gumilyov Eurasian National University

Podcasting in Digital Media: Global Context and Trends in Kazakhstan

Abstract. The rapid development of digital media has transformed the ways in which information is produced, distributed, and consumed, contributing to the emergence of podcasting as an independent media format within journalism. While podcasting in the global media environment has developed sustainable mechanisms of professionalization, monetization, and audience engagement, its institutional, technological, and content-related characteristics in Kazakhstan still require systematic investigation. Accordingly, the aim of this study is to analyze the development of podcasting in digital media based on international experience and to identify the specific features of its formation and key trends in Kazakhstan.

The study employed descriptive, comparative-analytical, and systematization methods. The historical development of podcasting, as well as its functional and genre-specific characteristics, was examined on the basis of scholarly literature. International and Kazakhstani podcast projects were compared in terms of content, audience, distribution channels, monetization mechanisms, and level of professionalization. In addition, statistical data from open sources and indicators from digital platforms were used to identify the socio-cultural, technological, and legal factors influencing the development of podcasting in Kazakhstan.

The findings show that, in international practice, podcasting has become established as an independent media product, with developed models of professional production, monetization, and sustained audience engagement. In Kazakhstan, the development of podcasting is facilitated by the accessibility of the internet and mobile technologies, the activity of younger audiences, and the growth of Kazakh-language digital content. At the same time, domestic podcasting is characterized by insufficiently developed sustainable monetization mechanisms, uneven levels of professional production, as well as limited institutional support and weak legal regulation. The findings make it possible to systematize the current directions of podcasting development in Kazakhstan and to assess its potential within the country's digital journalism.

Keywords: podcasting, new media, digital journalism, storytelling, digital media, podcasting in Kazakhstan, media consumption.

References

Aman, C. (2016) 'How does Josh Clark work? An interview with Josh Clark of "Stuff You Should Know"', Cyrus Aman, 7 August.

Apple Podcasts (2026) 'Knigometr' [Bookmeter], Apple Podcasts. [in Russian].

Berry, R. (2006) 'Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio', Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 12(2), pp. 143–162. doi: https://doi.org/10.1177/1354856506066522

Bonini, T. (2015) 'The "second age" of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium', Quaderns del CAC, 41, pp. 23–32.

Butt, A. (2016) '"Serial" creators take USC behind the scenes of Adnan Syed case, success of podcast', USC Annenberg School for Communication and Journalism, 10 March.

Castells, M. (2010) The rise of the network society. 2nd edn. Chichester: Wiley-Blackwell. doi: https://doi.org/10.1002/9781444319514

Couldry, N. (2012) Media, society, world: Social theory and digital media practice. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M. (2006) 'Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture', The Information Society, 22(2), pp. 63–75. doi: https://doi.org/10.1080/01972240600567170

Hammersley, B. (2004) 'Audible revolution', The Guardian, 12 February.

Hew, K.F. (2009) 'Use of audio podcast in K–12 and higher education: A review of research topics and methodologies', Educational Technology Research and Development, 57(3), pp. 333–357. doi: https://doi.org/10.1007/s11423-008-9108-3

Jenkins, H. (2006) Convergence culture: Where old and new media collide. New York: New York University Press.

Kazakstan Respublikasy Madeniet zhane akparat ministrligi (2023) '"URKER-2023" Ulttyk baigesinin nominanttary' [Nominees of the "URKER-2023" National Award], 20 September. [in Kazakh].

Kazakstan Respublikasy Strategiyalyk zhosparlau zhane reformalar agenttiginin Ulttyk statistika byurosy (2025) 2024 zhylga Kazakstan Respublikasyndagy ui sharashylyktarynyn akparattyk-kommunikatsiyalyk tekhnologiyalardy paidalanuy turaly [Use of information and communication technologies by households in the Republic of Kazakhstan in 2024]. Astana. [in Kazakh].

Kurkimbayeva, A.M., Bazarova, D.A., Seitimbetova, S.D. and Mukhametzhanova, K.S. (2025) 'Podkasttardyn mediadiskurs zhanry retindegi sipattamasy' [Characteristics of podcasts as a genre of media discourse], Abylai khan atyndagy KazKhKZhATU Khabarshysy. Filologiya gylymdary seriyasy, 79(4), pp. 187–199. doi: https://doi.org/10.48371/PHILS.2025.4.79.013 [in Kazakh].

Llinares, D., Fox, N. and Berry, R. (eds) (2018) Podcasting: New aural cultures and digital media. Cham: Palgrave Macmillan. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8

Maklyuen, M. (2018) Ponimanie media: Vneshnie rasshireniya cheloveka [Understanding media: The extensions of man]. 5th revised edn. Moscow: Kuchkovo pole. [in Russian].

McHugh, S. (2016) 'How podcasting is changing the audio storytelling genre', Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 14(1), pp. 65–82. doi: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T. and Nielsen, R.K. (2023) Digital News Report 2023. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13

Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C.T., Nielsen, R.K. and Fletcher, R. (2025) Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. doi: https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36

Pavlik, J.V. (2021) Disruption and digital journalism: Assessing news media innovation in a time of dramatic change. Taylor & Francis. doi: https://doi.org/10.4324/9781003111788

Quah, N. (2018) 'Where should the daily news podcast go from here? (Can we get away from "the commute"?)', Nieman Journalism Lab, 31 July.

Robertson, C.T. (2025) 'The changing landscape for news podcasts across countries', in Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Rodman, A. and Trivedi, S. (2020) 'Podcasting: A roadmap to the future of medical education', Seminars in Nephrology, 40(3), pp. 279–283. doi: https://doi.org/10.1016/j.semnephrol.2020.04.006

Sang, Y., Lee, J.Y. and Park, S. (2020) Podcast trends and issues in Australia and beyond: Global perspectives. Canberra: University of Canberra. doi: https://doi.org/10.25916/sgv0-qh32

Shaikenova, A.Zh., Sayan, K.E., Kalibekkyzy, A., Alkozhaeva, A.S. and Tulesheva, G.K. (2026) 'Podkasting fenomeni: Zhanrlar sintezi, sukhbattyn roli zhane mediakontekstte koldanu mumkindikteri' [The phenomenon of podcasting: Synthesis of genres, the role of the interview and possibilities for its use in the media context], KazUU Khabarshysy. Zhurnalistika seriyasy, 79(1), pp. 153–171. doi: https://doi.org/10.26577/HJ791202612 [in Kazakh].

Spinelli, M. and Dann, L. (2019) Podcasting: The audio media revolution. New York: Bloomsbury Academic.

Spotify (2025) 'Derzai' [Dare], Spotify. [in Russian].

Sterne, J. (2012) MP3: The meaning of a format. Durham: Duke University Press. doi: https://doi.org/10.1215/9780822395522

Авторлар туралы мәлімет:

Иса С. Ы. – хат-хабар авторы, Журналистика білім беру бағдарламасының докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтбаев көш. 2, 010000, Астана, Қазақстан.

Тоқтағазин М. Б. – филология ғылымдарының кандидаты, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтбаев көш. 2, 010000, Астана, Қазақстан.

Иса С. Ы. – автор для корреспонденции, докторант образовательной программы «Журналистика», Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 010000, Астана, Казахстан.

Токтагазин М. Б. – кандидат филологических наук, профессор Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 010000, Астана, Казахстан.

Issa S. Y. – corresponding author, PhD student of the "Journalism" educational program, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2 Satpayev St., 010000, Astana, Kazakhstan.

Toktagazin M. B. – Candidate of Philological Sciences, Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2 Satpayev St., 010000, Astana, Kazakhstan.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

ХҒТАР 19.01.11
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-156-167

Қазақстандағы иммерсивті журналистиканың мүмкіндіктері мен даму болашағы

А. К. Умбетова*[1], Г. А. Шауенова[2], С. А. Алимбекова[3]

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

(E-mail: [1]talgat_alma@bk.ru, [2]gshauenova@mail.ru, [3]alimbekova.sayagul55@gmail.com*

Аңдатпа. Ақпараттық орта мен медиа-технологиялардың өзара байланысы бүгінгі журналистика ғылымының ең жедел дамып отырған салаларының бірін қалыптастырды. Соңғы он жылдың ішінде цифрлық инфрақұрылымның кеңеюі мен аудитория мінез-құлқының түбегейлі өзгеруі ақпарат беру тәсілдеріне тікелей ықпал етті: дәстүрлі мәтіндік немесе дыбыстық материал бірте-бірте орнын интерактивті, көпқабатты форматтарға берді. Осы бетбұрыстың өзегінде – иммерсивті журналистика да бар. Бұл бағыттың мәні оқырманды немесе көрерменді тек ақпарат алушы рөлінен шығарып, оны оқиғаның ішіне «орналастырудан» тұрады. Дыбыстық кеңістік, визуалды тереңдік пен интерактивті элементтер бір жүйеге біріктірілгенде аудитория оқиғаны жанама ретінде емес, шынайы тәжірибе ретінде қабылдайды. Зерттеушілер Нонни де ла Пенья мен Пит Уорд бұл құбылысты «нарративтік эмпатия технологиясы» деп анықтаған болатын: адам тек оқып немесе тыңдап қана қоймай, ол санасымен оқиғаның ішінде болады. Дәл осы ерекшелік оны басқа медиа форматтарынан мүлде бөлек санатқа жатқызады. Қазақстандық медиа кеңістігінде де бұл бағытқа деген қызығушылық артып келеді. 2019–2024 жылдар аралығында отандық интернет-порталдар мен телеканалдардың мультимедиялық жобалар санының ҚР Ақпарат және қоғамдық даму министрлігінің 2024 жылғы мониторингі мен үш платформаның мұрағатындағы жарияланымдар санын салыстыру арқылы шамамен 40%-ға өскені байқалады (2019 жылы 5 данадан 2024 жылы 7-ге дейін өсу). Алайда иммерсивті форматты жүйелі түрде, арнайы редакциялық стратегия аясында пайдаланатын БАҚ саны әлі де шектеулі. Бұл ішінара технологиялық инфрақұрылымның дайын еместігімен, ішінара кадрлық мүмкіндіктердің тарлығымен байланысты – нарықтық шындық осыны анық көрсетеді. Иммерсивті журналистиканы зерттеудің маңыздылығы тек технологи-

Түсті: 6.05.2026; Мақұлданды: 23.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы үшін**

ялық мүмкіндіктерді бағалаумен шектелмейді. Ол, сонымен бірге, ақпараттық коммуникацияның жаңа этикалық және психологиялық өлшемдерін ашады. Дж. Дьюидің медиа мен демократиялық қоғам арасындағы тығыз байланыс туралы ойларынан бастап, У. Липпманның «псевдоорта» концепциясына дейін – журналистиканың аудиторияға ықпал ету механизмдері туралы тұжырымдар заман өткен сайын жаңа мағынаға ие болады. Иммерсивті формат сол ықпалды сапалы жаңа деңгейге шығарады. Осыған орай, зерттеу мақсаты ретінде иммерсивті журналистиканың теориялық негіздерін жүйелеу, оның отандық медиадағы таралу ерекшеліктерін нақты мысалдар арқылы талдау және даму тежеуіштері мен перспективаларын бағалау алынды. Жетекші ақпараттық ұйымдардың редакциялық тәжірибесіне жасалған салыстырмалы шолу осы мақсатқа жетудің негізгі жолы болды.

Түйін сөздер: иммерсивті журналистика, медиа-инновация, цифрландыру процестері, технология, аудитория, мультимедия, подкаст.

Кіріспе. Қазіргі ақпараттық қоғамда медианың рөлі түбегейлі өзгеруде. Технологиялық даму, цифрландыру процестері және жаңа медиаплатформалардың пайда болуы дәстүрлі журналистиканың мүмкіндіктерін кеңейтіп, ақпаратты ұсынудың жаңа тәсілдерін қалыптастырды. Осы заманауи бағыттардың бірі – иммерсивті журналистика. Бұл феномен аудиторияны тек оқиғаны бақылаушы емес, оған тікелей қатысушы ретінде сезінуге мүмкіндік беретін ақпарат беру форматы ретінде анықталады.

Иммерсивті журналистиканың ғылыми категория ретінде бекітілуі оны интерактивтілік, мультимедиалылық және трансмедиалылық ұғымдарынан ажыратуды талап етеді. Төмендегі кестеде осы санаттардың салыстырмалы сипаттамасы берілген (Nash, 2018; Domínguez, 2017).

Кесте 1. Иммерсивті журналистиканың интерактивтілік, мультимедиалылық және трансмедиалылық ұғымдарымен салыстырмалы сипаттамасы

Ұғым	Негізгі сипаты	Аудитория рөлі	Мысал
Интерактивтілік	Пайдаланушы мен контент арасындағы диалог, таңдау мүмкіндігі	Белсенді таңдаушы, басқарушы	Интерактивті карталар, тесттер, пікірсайыстар
Мультимедиалылық	Бірнеше медиаэлементтердің (мәтін, дыбыс, бейне, графика) үйлесімі	Пассивті қабылдаушы (көрермен, тыңдаушы)	Мультимедиялық лонгрид, видеорепортаж
Трансмедиалылық	Бір нарративтің әртүрлі платформаларда жалғасып, толықтырылуы	Белсенді ізденуші, бөлшектерді жинаушы	Marvel киноәлемі, сериалдар мен комикстер арасындағы байланыс

Иммерсивті журналистика	Пайдаланушыны оқиға кеңістігіне «орналастыру», сезімдік тәжірибе беру	Белсенді қатысушы, куәгер, эмпатия субъектісі	VR-репортаж, 360° бейне, кеңістіктік дыбыспен безендірілген драмалық анимация

Кестеден көрініп тұрғандай, иммерсивті журналистика интерактивтілік пен мультимедиалылық элементтерін қамтығанымен, оның басты айырмашылығы – аудиторияны оқиғаның ішкі кеңістігіне енгізу арқылы эмоциялық және физикалық деңгейде «қатысу әсерін» қалыптастыру.

Әдебиеттерге шолу және теориялық негіз. Иммерсивті журналистика мәселесі халықаралық ғылыми дискурста соңғы онжылдықта белсенді түрде талқыланууда. Нонни де ла Пенья (de la Peña et al., 2010) алғаш рет VR технологиясын журналистикаға бейімдеп, «иммерсивті журналистика» терминін ғылыми айналымға енгізді. Оның пікірінше, бұл формат аудиторияға оқиғаны «сезінуге» мүмкіндік береді, бұл дәстүрлі мәтіндік репортаждардан түбегейлі ерекшеленеді.

Miriam Posetti (2018) иммерсивті журналистиканы медиа-инновациялар аясында қарастырып, оның этикалық өлшемдеріне ерекше назар аударады. Ол VR-контенттің шынайылығы мен манипуляциялық әлеуеті арасындағы тепе-теңдікті сақтау қажеттігін алға тартады. Pablo Boczkowski мен Rasmus Nielsen (2018) медиаөзгеріс теориясы аясында иммерсивті форматтың журналистикалық өнімнің қабылдануына әсерін зерттейді.

Отандықғылымдаиммерсивтіжурналистикамәселесіәлідежүйелітүрдезерттелмеген. Қазақстандық медиасаладағы цифрлық трансформация туралы еңбектер (Омарова, 2021; Нұрғожаева, 2020) негізінен мультимедиялық лонгридтер мен интерактивті инфографиканың дамуына арналса, VR/AR форматындағы журналистикаға арналған арнайы зерттеулер жоқтың қасы. Осыған байланысты, біздің зерттеуіміз Қазақстандағы иммерсивті журналистиканың теориялық негіздерін жүйелеп, оның эмпирикалық таралуын алғаш рет кешенді түрде сипаттауға бағытталған.

Зерттеу әдістері. Иммерсивті журналистиканың теориялық және практикалық өлшемдерін зерттеу үшін бірнеше әдістің бірлестігіне жүгінілді.

Эмпирикалық база – зерттеуге 2019–2024 жылдар аралығында кемінде бір VR немесе 360°-формат жоба жариялаған үш қазақстандық медиаресурс алынды: Tengrinews.kz, Informburo.kz және Kokshetau.kz. Барлығы 14 материал талданды. Таңдау критерийлері: 1) материалда 360° бейне, VR элементі немесе интерактивті кеңістіктік навигация болуы; 2) материалдың ашық қолжетімділігі; 3) 2019–2024 жылдар аралығында жариялануы.

Контент-талдау барысында келесі кодтау санаттары пайдаланылды:

· Иммерсивтілік түрі: 360° бейне, VR (гарнитура арқылы), интерактивті панорама, кеңістіктік дыбыспен безендірілген мультимедиялық лонгрид;

· Тақырыптық бағыты: жаңалықтар, мәдени мұра, экология, саясат, білім;

· Интерактивті элементтер: уақыт шкаласы, карта, таңдау мүмкіндігі, геймификация;

· Аудитория реакциясы: ашық статистика негізінде (көру саны, пікірлер, әлеуметтік желілердегі үлестірім).

Аудитория реакциясын өлшеу үшін платформалардың ашық аналитикалық деректері (YouTube көрсеткіштері, сайттағы бет көру саны, мақала астындағы пікірлер саны) пайдаланылды. Бұл әдістің шектеулері – барлық платформа бірдей метриканы ұсынбайды, сондықтан салыстырмалы талдау тек ашық көрсеткіштерге ғана негізделді.

Салыстырмалы талдау арқылы қазақстандық тәжірибе халықаралық контекстпен қатарластырылды. BBC, The New York Times, Al Jazeera сияқты алдыңғы қатарлы редакциялардың иммерсивті жобалары – «6x9», «The Displaced», «Snow Fall» – эталондық үлгілер ретінде пайдаланылды.

Аталған үш әдістің бірлесуі зерттеуге теориялық тереңдік пен эмпирикалық нақтылықты қатар қамтамасыз ету мақсатында таңдалды. Контент-талдаудың шектеулері ретінде ашық деректердің толық еместігін және әртүрлі платформалардағы метрикалық біркелкіліктің жоқтығын атап өтуге болады.

Нәтижелер. 2019–2024 жылдар аралығында мультимедиялық жобалар нарығында айтарлықтай сапалық және сандық өсім байқалды. ҚР Ақпарат және қоғамдық даму министрлігінің 2024 жылғы мониторингі жүргізген медиа-талдау мәліметтеріне сәйкес, контент-талдау нәтижесінде келесідей эмпирикалық деректер анықталды:

Tengrinews.kz 2019–2024 жылдары 6 иммерсивті материал жариялаған. Олардың ішінде «Байқоңыр» 360° видеосы (2021), TengriVR платформасындағы этнографиялық цикл (2022–2023) және виртуалды экскурсиялар бар. Бұл материалдардың орташа көру саны – 15 000–25 000, дәстүрлі видеолардан 30%-ға жоғары.

· Informburo.kz 5 материал ұсынған, оның ішінде «Qantar 2022: Хронология и свидетельства» (2022) интерактивті уақыт шкаласы мен бейнекуәліктерімен ерекшеленеді. Материал бетінің орташа оқу уақыты – 4,5 минут, бұл платформаның орташа көрсеткішінен (2,1 минут) екі есе жоғары.

· Kokshetau.kz 3 материал дайындаған, оның ішінде «Атом электр станциясы салына ма?» (2023) жобасы карта, инфографика және бейне үйлесімінен тұрады. Бұл материалдың әлеуметтік желілердегі үлестірім саны порталдың басқа мақалаларына қарағанда 40%-ға жоғары.

Барлық 14 материалда иммерсивтіліктің ең таралған түрі – 360° бейне (64%) және интерактивті панорама (21%). Толыққанды VR (гарнитура арқылы) тек бір жобада қолданылған (TengriVR). Тақырыптық бағыт бойынша басым тақырыптар: мәдени мұра (36%), экология (21%) және саяси оқиғалар (14%).

Аудитория реакциясы: иммерсивті материалдар дәстүрлі мультимедиялық лонгридтермен салыстырғанда орташа есеппен 45%-ға көп пікір жинап, әлеуметтік желілерде 2,5 есе жиі бөлісілген. Алайда, бұл көрсеткіштер платформалар арасында айтарлықтай өзгереді: Tengrinews.kz-те иммерсивті контент трафикті көбейтсе, Kokshetau.kz-те аудиторияның жаңа форматқа бейімділігі төмендеу.

2019–2024 жылдар аралығында отандық медиа нарықтағы жүргізілген контент-талдау нәтижесі көрсеткендей, Қазақстан БАҚ-тарында иммерсивті журналистика мен интерактивті мультимедианың аражігі әлі де толық ажыратылмаған. Дегенмен, бұл екі форматтың да аудиторияны тарту деңгейі дәстүрлі мәтіндік материалдардан айтарлықтай жоғары.

Талқылау. Нәтижелер көрсеткендей, иммерсивті журналистика Қазақстанда әлі де жүйелі емес, жекелеген эксперименттер деңгейінде қалып отыр. Халықаралық

тәжірибемен салыстырғанда (мысалы, The New York Times «Snow Fall» жобасы 2013 жылы бүкіл салаға серпіліс берген), біздің медиарынокта мұндай «серпіліс нүктесі» болған жоқ. Себебі – кестеде көрсетілген кедергілердің кешенді сипаты.

Кесте 2. Қазақстанда иммерсивті журналистиканың кедергілері мен шектеулері
№ Кедергі / Шектеу атауы Сипаттамасы

№	Кедергі / Шектеу атауы	Сипаттамасы
1	Техникалық инфрақұрылымның тапшылығы	Көптеген редакцияларда VR/AR контент жасауға қажет арнайы құрал-жабдықтар, бағдарламалық қамтамасыз ету, графикалық станциялар жоқ.
2	Мамандардың жетіспеушілігі	Елде иммерсивті журналистикаға маманданған журналистер саны аз. Жоғары оқу орындарында бұл бағыт бойынша толыққанды курстар енгізілмеген.
3	Оқу бағдарламасының әлсіздігі	Қазіргі таңда тек қысқа мерзімді тренингтер мен шеберлік сабақтары бар, жүйелі білім беру жолға қойылмаған.
4	Қаржыландырудың жеткіліксіздігі	VR контентті жасау өте қымбат, бұл редакциялар үшін қаржылық тәуекел болып есептеледі. Жобалар көбіне жеке бастамалар негізінде іске асады.
5	Аудиторияның дайын болмауы	Көпшілік иммерсивті контентті қабылдау мәдениетіне бейімделмеген. Арнайы құрылғылардың жетіспеушілігі, интернет сапасының төмендігі де тежеу факторы.
6	Этикалық және шынайылық шекарасы	Иммерсивті формат эмоциялық әсер қалдырғанымен, шынайылық пен манипуляция арасындағы тепе-теңдік сақталуы тиіс. Әлеуметтік тақырыптарда бұл аса маңызды.
7	Редакциялық саясаттың сақтығы	Көптеген БАҚ иммерсивті форматтың әлеуетін әлі толық қабылдай қойған жоқ, себебі оның тиімділігі мен тәуекелі арасындағы тепе-теңдік анықталмаған.
8	Мемлекеттік және заңдық қолдау шектеулігі	Бұл бағыттағы жобаларды дамыту үшін арнайы гранттар мен бағдарламалар жоқтың қасы. Реттеу тетіктері мен заңдық негіздер де әлсіз.

Кедергілердің ішінде техникалық инфрақұрылым мен кадр тапшылығы шешуші рөл атқарады. Мысалы, QazVR жобасы (2016) 360° форматтағы тарихи экскурсиялар ұсынғанымен, жабдықтың жоғары құны мен мамандардың аздығы оның тұрақты өндіріске айналуына кедергі болды. TengriVR платформасы (2022) ұлттық мәдени

мұраны иммерсивті түрде жеткізуге тырысса да, оның материалдары негізінен 360° бейнеге ғана сүйеніп, толыққанды интерактивті нарративтен алыс.

Халықаралық тәжірибе (Kiya жобасы, Clouds Over Sidra, Michelle Obama interview) көрсеткендей, иммерсивті форматтың эмоциялық күші өте зор. Алайда, бұл күш этикалық жауапкершілікті де арттырады. Қазақстандық медиада мұндай этикалық кодекстер әлі қалыптаспаған, бұл дамудың тағы бір тежеуші факторы.

Қазақстандағы иммерсивті журналистиканың дамуын тежейтін факторлар бірыңғай емес – олар бір-бірімен байланысты бірнеше деңгейде қатар жатыр.

Техникалық жағы ең айқын кедергі болып көрінеді. Отандық редакциялардың басым бөлігінде VR-камера, 3D-дыбыс жүйесі немесе иммерсивті контент монтаждауға арналған арнайы бағдарламалық қамтамасыз ету жоқ. Бұл тек қаражат мәселесі емес – инфрақұрылым болмаған жерде кәсіби дағды да қалыптаспайды. Жабдықтың жоқтығы мен тәжірибенің жоқтығы бірін-бірі ұстап тұрады.

Кадр тапшылығы осыдан туындайды. Жоғары оқу орындарының журналистика бағдарламаларында иммерсивті форматтарға арналған жүйелі курс жоқтың қасы. Kapasheva et al. (2024) зерттеуі медиасала мамандарының жалпы цифрлық құзыреттілігі мен жаңа технологияларды меңгеру деңгейінің иммерсивті контент өндіруге әсерін көрсетеді. Біздің зерттеуімізде бұл тұжырым көмекші дәйек ретінде пайдаланылды: кадрлардың даярлығы жеткіліксіз болғандықтан, редакциялар иммерсивті жобаларды жүйелі түрде жүргізе алмайды. Kapasheva еңбегінде айтылған «педагогикалық құзыреттілік» моделі медиақызметкерлердің технологиялық бейімделу қабілетімен тікелей байланысты.

Нарықта бар дайындық – негізінен бірнеше күндік семинарлар немесе онлайн курстар. Мұндай оқыту VR-редактор немесе иммерсивті нарратив-дизайнер деңгейіндегі маман шығармайды.

Қаржылық фактор осы тізбектің кезекті буыны. Бір толыққанды VR-репортаждың өндіру құны дәстүрлі мультимедиялық материалмен салыстырғанда еселеп қымбатқа түседі. Редакциялар тәуекелге бармайды, өйткені инвестицияның қайтарымы – аудитория реакциясы, жарнамалық кіріс немесе грант – алдын ала болжанбайды. Мемлекеттік және халықаралық гранттық қолдау бар, бірақ иммерсивті журналистикаға бағытталған арнайы бағдарламалар әлі де шектеулі.

Аудитория жағынан да кедергілер бар. Қазақстанда VR-гарнитура иелерінің үлесі өте төмен, ал 360°-форматтағы контентті смартфон немесе ноутбук арқылы тұтыну – толыққанды иммерсивті тәжірибе бермейді. Интернет жылдамдығының аймақтар арасындағы айырмашылығы да жоғары сапалы иммерсивті өнімге қолжетімділікті тежейді.

Этикалық өлшем жеке сұрақ ретінде тұр. Апат, жоғалту немесе зорлық-зомбылық тақырыптарын иммерсивті формат арқылы беру – аудиторияға эмоциялық шок тудыруы мүмкін. «Қатысу әсері» деп аталатын нәрсе бұл жерде журналистік этиканың жаңа нормаларын талап етеді: не дейміз, қалай дейміз, аудиторияны не сезінуге дайындаймыз – бұл сұрақтарға қазіргі кәсіби стандарттар толыққанды жауап бермейді.

Цифрлық медиа эволюциясы мен иммерсивті журналистиканың перспективалары. Медиа форматтарының дамуы сызықты жүрмейді. Кейде технология баяу жинақталып, содан кейін қысқа мерзімде бүкіл салаға өтеді – дәл радио мен теледидардың пайда болуы сияқты. Иммерсивті журналистика осы логиканың жаңа буыны. Ол дәстүрлі медиаға баламалы емес, оның мүмкіндіктерін кеңейтетін қабат.

Форматтың басты артықшылығы – аудитория мен оқиға арасындағы дистанцияны қысқартуы. Оқырман мәтін оқыған кезде ол оқиғадан бөлек тұрады. Иммерсивті контентте бұл шекара жойылады: пайдаланушы оқиғаның ішіне орналастырылады. Зерттеушілер бұл механизмді «эмпатиялық жақындасу» деп сипаттайды – адам тек ақпарат алмайды, ол оны сезімдік тәжірибе ретінде қабылдайды. Нәтижесінде материалдың есте сақталуы артады, оқиғаға деген қызығушылық ұзаққа созылады.

Алдағы кезеңде бұл формат жаңалықтар саласымен шектелмейді. Білім беру, тарихи мұра, экология – осы үш бағытта иммерсивті тәсілдің әлеуеті айқын. Қазақ тіліндегі виртуалды этнографиялық мұражайлар, тарихи оқиғаларды қайта жаңғырту жобалары, табиғатты қорғауға арналған интерактивті кампаниялар – бұлар техникалық тұрғыдан да, мазмұндық тұрғыдан да қолжетімді бағыттар. Халықаралық тәжірибеде мұндай жобалар жастар аудиториясымен байланыс орнатудың ең тиімді құралдарының бірі ретінде бағаланып отыр.

Алайда иммерсивті журналистикада этикалық және шынайылық мәселелері де ерекше маңызға ие. Әсіресе, әлеуметтік қақтығыстар немесе трагедиялық оқиғалар бейнеленгенде, шынайылық пен әсер қалдыру арасындағы тепе-теңдікті сақтау қажет. Көрерменнің эмоциясына әсер ету журналистиканың басты құралына айналмауы тиіс, себебі бұл – манипуляция қаупін тудырады. Сондықтан иммерсивті журналистиканың кәсіби стандарттары мен этикалық кодекстері жасалуы керек.

Болашақта елімізде иммерсивті журналистика келесі бағыттарда дамуы мүмкін:

- Университеттік білім беруде арнайы пәндер мен зертханалар ашу;
- Жас журналистер мен IT мамандарды біріктіретін хабтар құру;
- Мемлекеттік гранттар мен жеке инвесторлар арқылы контент өндірісін қолдау;
- Аудиторияға арналған оқыту ресурстарын дамыту;
- Қазақ тілінде иммерсивті контентті арттыру.

Қазақстандағы иммерсивті журналистиканың даму траекториясы бір мезгілде екі нәрсені көрсетеді: бағыттың нақты әлеуеті бар, бірақ ол әлі жүйеге түспеген. Жекелеген жобалар – TengriVR, Informburo.kz-тің Қаңтар хроникасы, Qazaq Geography деректі фильмі – форматтың жұмыс істейтінін дәлелдеді. Бірақ бұлар жүйелі редакциялық стратегияның емес, жекелеген бастамалардың нәтижесі.

Алдағы даму үшін бірнеше бағыт нақты тұр. Журналистика факультеттерінде AR/VR өндірісіне арналған арнайы пәндер мен зертханалар – кадр тапшылығының ең тікелей шешімі. Жас журналистер мен IT мамандарын бір кеңістікте біріктіретін хабтар Алматы мен Астанада қазірдің өзінде жұмыс жасайтын технологиялық экожүйеге сүйеніп дами алады. Мемлекеттік гранттар мен жеке инвестицияның үйлесімі контент өндірісіндегі қаржылық тәуекелді төмендетеді – бұл әлемдік тәжірибеде жұмысын дәлелдеген модель. Қазақ тіліндегі иммерсивті контенттің жоқтығы – бөлек және өзекті мәселе. Ұлттық тілдегі мультимедиалық лонгрид немесе VR-репортаж тек форматтық эксперимент емес, тілдік кеңістікті сақтаудың да бір тетігі.

Иммерсивті журналистика ұғымы қазақ тіліндегі ғылыми айналымда жүйелі түрде қарастырылып, оның отандық медиадағы таралу ерекшеліктері нақты жобалар арқылы сипатталды. AR/VR технологиялар, 360° бейнеформат және деректі иммерсивті материалдардың қолданылу тәжірибесі зерделеніп, шетелдік үлгілермен салыстырмалы талдау жүргізілді. Осы негізде қазақстандық медиасалаға бейімдеудің мүмкін жолдары белгіленді.

Иммерсивті форматтың нақты мүмкіндіктерін де атап өтпей кетуге болмайды. Американдық журналист Нонни де ла Пенья 2012 жылы жасаған алғашқы иммерсивті жоба – азық-түлік дүкенінің алдында аштан есінен танған адам туралы VR-репортаж – осы форматтың эмоциялық күшін бірден көрсетіп берді. Сюжетте шынайы 911 қызметіне жолданған аудиожазбалар қолданылды: полиция қызметкерлерінің радиобайланысы, отбасы мүшелерінің дауыс жазбалары – барлығы виртуалды кеңістікте қайта жаңғыртылды. Тергеу материалдары мен ресми хаттамалар негізінде оқиға орнының визуалды және дыбыстық моделі жасалды. Үй ішіндегі жанжал, адамдар арасындағы эмоциялық шиеленіс, қорқыныш пен үмітсіздік – бұлар тек сипатталған жоқ, олар көрерменнің айналасында болды. Оқиғаның шарықтау шегі – қарудың қыздарға қарай бағытталған сәті – дәстүрлі репортажда суық статистика болып қалар еді. Иммерсивті форматта ол адамға тікелей соққыдай әсер етті.

Бұл мысал иммерсивті журналистиканың не үшін жасалатынын нақты көрсетеді. Оның мақсаты – ақпаратты жеткізу ғана емес, аудиторияда оқиғаға деген жеке жауапкершілік сезімін оятуы. Қазақстан үшін бұл – халықаралық медиа трендіне ілесу ғана емес, ұлттық контентті заманауи форматта ұсынудың нақты мүмкіндігі. Оны іске асыру техникалық шешімнен бұрын редакциялық ерік пен білім беру жүйесіндегі нақты қадамдарды талап етеді.

Қорытынды. Иммерсивті журналистика туралы айтқанда, оны тек технологиялық жаңалық ретінде қарастыру – мәселенің тереңдігін жіберіп алу. Оның негізгі күші басқа жерде: аудитория мен оқиға арасындағы дистанцияны жоюда. Көркем әдебиеттегі ішкі монолог оқырманды кейіпкердің санасына жақындатса, иммерсивті журналистика оны физикалық кеңістікке орналастырады. Айырмашылық – медиатехнологиялар, интерактивті құралдар және визуализация элементтерінің бірлігінде.

Қазақстанда бұл формат әлі де қалыптасу кезеңінде. TengriVR, Informburo.kz-тің «Qantar 2022» жобасы, Qazaq Geography «Жер жаннаты – Жетісу» фильмі бағыттың жұмыс істейтінін көрсетті, бірақ жүйелі редакциялық стратегияның нәтижесі ретінде емес. Техникалық инфрақұрылымның тарлығы, білікті мамандардың жеткіліксіздігі, иммерсивті өндірістің жоғары құны және аудиторияның жаңа форматты тұтыну тәжірибесінің шектеулілігі – осы төрт фактор бір-бірімен байланысты тізбек құрайды. Біреуін шешпей, қалғандары да өзгермейді.

Соған қарамастан қызығушылық артып келеді. Журналистика факультеттерінде иммерсивті форматқа арналған курстардың пайда бола бастауы (мысалы, Digital Journalism Lab платформасының тренингтері) саланың «эксперимент» кезеңінен «оқыту» кезеңіне өтіп жатқанының белгісі. Алдағы кезеңде мамандар даярлау жүйесін жетілдіру, техникалық мүмкіндіктерді кеңейту, инновациялық медиа жобаларға арналған гранттық бағдарламаларды дамыту және халықаралық тәжірибе алмасу тетіктерін нығайту – осылардың үйлесімі ғана нақты серпіліс береді.

Технологиялық прогресс жалғасқан сайын иммерсивті журналистиканың мүмкіндіктері де кеңейе береді. Жасанды интеллект, кеңейтілген шындық және жоғары жылдамдықты байланыс технологияларымен ұштасқанда бұл формат жаңалықтар саласымен ғана шектелмей, білім беру, мәдениет, туризм және медицина салаларына да еніп кетуі ықтимал. Ақпарат тарату құралынан танымдық және әлеуметтік ықпал ету тетігіне айналу – иммерсивті журналистиканың табиғи эволюциясының логикалық соңы.

Бұл бағытты дамыту тек медиа саласының ішкі мәселесі емес. Қоғамның ақпаратпен өзара әрекеттесу мәдениеті өзгергенде оны зерттеу, оқыту және практикада дамыту да жалпықоғамдықміндеткеайналады.Иммерсивтіжурналистикамедиатехнологиялардың эволюциясының ғана нәтижесі емес, ол журналист пен аудиторияның, медиа мен қоғамның өзара байланысын жаңаша анықтайтын құбылыс. Дәл осы себептен оны ғылыми тұрғыдан зерттеу де, практикалық деңгейде дамыту да қазіргі журналистика ғылымының ашық күн тәртібінде тұрған мәселе болып қала береді.

Авторлардың үлесі:

Умбетова А. К. – зерттеудің жалпы тұжырымдамасын әзірлеу, эмпирикалық материал жинау және мақаланың негізгі мазмұнын жазу.

Шауенова Г. А. – мақалада пайдаланылған деректерді талдау, сілтемелер мен библиографиялық тізімді тексеру, мақаланы журнал талаптарына сай ресімдеу.

Алимбекова С. А. – зерттеу нәтижелерін ғылыми тұрғыдан жүйелеу, қолданылған әдіснамалық тәсілдерді сипаттау және тұжырымдарды қалыптастыру.

Әдебиеттер тізімі

Бейненсон, В.А. (2018) ‘Проблемы развития форматов журналистики погружения в современной медиасреде’, Век информации, 1, 239–240-бб.

Беленкова, Т.В. (2018) ‘Современный этап существования иммерсивной журналистики и перспективы ее развития’, Век информации, 2, 136–138-бб.

Вартанова, Е.Л. (2002) ‘Новые проблемы и новые приоритеты цифровой эпохи’, Информационное общество.

Вырковский, А.В., Галкина, М.Ю., Колесниченко, А.В., Образцова, А.Ю. and Вартанов, С.А. (2017) ‘Мультимедийные элементы в современном медиатексте’, Медиаскоп, 3. Available at: http://www.mediascope.ru/2364

Avdonina, N.S. and Bogatyreva, V.N. (2020) ‘Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа’, Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема, 2(39), pp. 9–18. doi: https://doi.org/10.24411/2227-1384-2020-10017

Domínguez, E. (2017) ‘Going beyond the classic news narrative convention: The background to and challenges of immersion in journalism’, Frontiers in Digital Humanities, 4, article 10. doi: https://doi.org/10.3389/fdigh.2017.00010

Kapasheva, Z., Mirza, N., Shastsitka, I., Gelmanova, Z., Makouchyk, A. and Umbetova, A. (2024) ‘Modeling the development of pedagogical competence in higher education educators amid the digitization of the contemporary world’, Frontiers in Education, 9, article 1360712. doi: https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1360712

Nash, K. (2018) ‘Virtual reality witness: Exploring the ethics of mediated presence’, Studies in Documentary Film, 12(2), pp. 119–131. doi: https://doi.org/10.1080/17503280.2017.1340796

Timoshenko, E.D. (2014) ‘Canadian media researcher Jean Charron and theories of media influence’, in Proceedings of the XXXVI International Conference “Nature and Culture: American Experience of Coexistence”. Moscow, pp. 28–29.

А. К. Умбетова*[1], Г. А. Шауенова[2], С. А. Алимбекова[3]

[1,2,3]Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Возможности и перспективы развития иммерсивнной журналистики в Казахстане

Аннотация. В условиях стремительного развития информационного общества средства массовой информации претерпевают значительные изменения. Развитие технологий, цифровизация и появление новых медиа-форматов значительно расширили возможности современной журналистики, изменив способы создания, распространения и восприятия информации. Иммерсивная журналистика стала одной из наиболее заметных областей этих преобразований. Иммерсивная журналистика – это новый формат подачи информации, который позволяет аудитории не только наблюдать за происходящими событиями, но и чувствовать себя их непосредственным участником. Благодаря использованию современных цифровых технологий создается эффект присутствия, который способствует более глубокому восприятию материала и повышает уровень вовлеченности пользователей. Развитие иммерсивной журналистики также становится особенно актуальным для медиапространства Казахстана. В последние годы казахстанские СМИ активно внедряют цифровые технологии, разрабатывают мультимедийные и кроссплатформенные проекты. Однако распространение иммерсивного контента остается ограниченным, что указывает на необходимость дальнейшего изучения этой области и поиска эффективных механизмов ее развития. Важность иммерсивной журналистики выходит далеко за рамки технологических инноваций. Она влияет на процессы публичной коммуникации, меняя характер взаимодействия между аудиторией и СМИ. Использование визуальных, звуковых и пространственных элементов может усилить эмоциональное восприятие событий и сделать информацию более наглядной и понятной. В результате повышается уровень доверия к контенту и формируется более тесная связь между пользователем и медиапродуктами. Кроме того, иммерсивная журналистика способствует развитию медиаграмотности, эмпатии и гражданской активности. Возможность глубже вникать в социально значимые темы помогает аудитории лучше понимать происходящие процессы и осознавать их важность для общества. В связи с этим изучение теоретических и методологических основ иммерсивной журналистики, определение специфики ее применения в казахстанском медиапространстве, а также анализ масштабов ее распространения являются одним из актуальных направлений современных исследований в области журналистики.

Ключевые слова: Иммерсивная журналистика, инновации в СМИ, процессы цифровизации, технологии, аудитория, мультимедиа, подкаст.

A. K. Umbetova*[1], G. A. Shauyenova[2], S. K. Alimbekova[3]

[1,2,3]L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Astana

Opportunities and Prospects for the Development of Immersive Journalism in Kazakhstan

Abstract. The interconnection between the information environment and media technologies has formed one of the most rapidly developing branches of contemporary journalism science. Over the past decade, the expansion of digital infrastructure and a fundamental shift in audience

behavior have directly influenced the ways information is conveyed: traditional text- or audio-based material has gradually given way to interactive, multi-layered formats. Immersive journalism lies at the core of this shift. The essence of this direction is to move the reader or viewer beyond the role of a mere recipient of information and to "place" them inside the event itself. When acoustic space, visual depth and interactive elements are combined into a single system, the audience perceives the story not as something mediated, but as an authentic experience. Researchers Nonny de la Peña and Pete Ward described this phenomenon as "narrative empathy technology": a person does not merely read or listen, but is present within the event with their consciousness. This distinctive feature sets immersive journalism apart from other media formats altogether. Interest in this direction is also growing in the Kazakh media space. A comparison of the 2024 monitoring data of the Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan with the archives of three platforms shows that the number of multimedia projects produced by domestic internet portals and television channels increased by approximately 40% between 2019 and 2024 (from 5 projects in 2019 to 7 in 2024). However, the number of media outlets that use immersive formats systematically, as part of a dedicated editorial strategy, remains limited – a reality clearly confirmed by the market. This is due partly to the unreadiness of the technological infrastructure and partly to a shortage of qualified personnel. The importance of studying immersive journalism is not limited to assessing technological capabilities. It also opens up new ethical and psychological dimensions of information communication. From J. Dewey's reflections on the close connection between the media and a democratic society to W. Lippmann's concept of the "pseudo-environment," ideas about the mechanisms through which journalism influences its audience continue to acquire new meaning over time. The immersive format raises this influence to a qualitatively new level. Accordingly, the aim of the study was to systematize the theoretical foundations of immersive journalism, to analyze the specifics of its dissemination in the domestic media through concrete examples, and to assess the constraints on and prospects for its development. A comparative review of the editorial practices of leading media organizations served as the principal means of achieving this aim.

Keywords: immersive journalism, media innovation, digitalization processes, technology, audience, multimedia, podcast.

References

Avdonina, N.S. and Bogatyreva, V.N. (2020) 'Aktual'nye tendentsii tsifrovoi zhurnalistiki i novykh media' [Current trends in digital journalism and new media], Vestnik Priamurskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Sholom-Aleikhema, 2(39), pp. 9–18. doi: https://doi.org/10.24411/2227-1384-2020-10017 [in Russian].

Belenkova, T.V. (2018) 'Sovremennyi etap sushchestvovaniia immersivnoi zhurnalistiki i perspektivy ee razvitiia' [The current stage of immersive journalism and prospects for its development], Vek informatsii, 2, pp. 136–138. [in Russian].

Beynenson, V.A. (2018) 'Problemy razvitiia formatov zhurnalistiki pogruzheniia v sovremennoi mediasrede' [Problems in the development of immersive journalism formats in the contemporary media environment], Vek informatsii, 1, pp. 239–240. [in Russian].

Domínguez, E. (2017) 'Going beyond the classic news narrative convention: The background to and challenges of immersion in journalism', Frontiers in Digital Humanities, 4, article 10. doi: https://doi.org/10.3389/fdigh.2017.00010

Kapasheva, Z., Mirza, N., Shastsitka, I., Gelmanova, Z., Makouchyk, A. and Umbetova, A. (2024)

'Modeling the development of pedagogical competence in higher education educators amid the digitization of the contemporary world', Frontiers in Education, 9, article 1360712. doi: https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1360712

Nash, K. (2018) 'Virtual reality witness: Exploring the ethics of mediated presence', Studies in Documentary Film, 12(2), pp. 119–131. doi: https://doi.org/10.1080/17503280.2017.1340796

Timoshenko, E.D. (2014) 'Canadian media researcher Jean Charron and theories of media influence', in Proceedings of the XXXVI International Conference "Nature and Culture: American Experience of Coexistence". Moscow, pp. 28–29.

Vartanova, E.L. (2002) 'Novye problemy i novye prioritety tsifrovoi epokhi' [New problems and new priorities of the digital age], Informatsionnoe obshchestvo. [in Russian].

Vyrkovsky, A.V., Galkina, M.Yu., Kolesnichenko, A.V., Obraztsova, A.Yu. and Vartanov, S.A. (2017) 'Mul'timediinye elementy v sovremennom mediatekste' [Multimedia elements in contemporary media texts], Mediaskop, 3. Available at: http://www.mediascope.ru/2364 [in Russian].

Авторлар туралы мәлімет:

Умбетова А. К. – хат-хабар авторы, филология ғылымдарының кандидаты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 010000, Астана, Қазақстан.

Шауенова Г. А. – философия докторы (PhD), аға оқытушы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 010000, Астана, Қазақстан.

Алимбекова С. К. – философия докторы (PhD), аға оқытушы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 010000, Астана, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Умбетова А. К. – автор для корреспонденции, кандидат филологических наук, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 010000, Астана, Казахстан.

Шауенова Г. А. – доктор философии (PhD), старший преподаватель. Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 010000, Астана, Казахстан.

Алимбекова С. К. – доктор философии (PhD), старший преподаватель. Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 010000, Астана, Казахстан.

Information about the authors:

Umbetova A. K. – corresponding author, candidate of Philological Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 010000, Astana, Kazakhstan.

Shauyenova G. A. – Doctor of Philosophy (PhD), senior lecturer. L.N. Gumilyov Eurasian National University, 010000, Astana, Kazakhstan.

Alimbekova S. K. – Doctor of Philosophy (PhD), senior lecturer. L.N. Gumilyov Eurasian National University, 010000, Astana, Kazakhstan.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

ХҒТАР 070.1:004.932.2
Шолу мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-168-181

Синтетикалық медиа форензикасының даму бағыттары (Қазақстан мысалында)

Н.Ж. Кошкенов*[1], И.У. Салиев[2], Б. Тогтарбай*[3]

[1,2,3]Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

*(E-mail: *[1]koshkenov_nzh_2@enu.kz, [2]islam_1407@mail.ru, [3]beibit.toktarbai78@gmail.com)*

Аңдатпа. Бұл мақалада генеративті жасанды интеллект (ЖИ) технологияларының қарқынды дамуы салдарынан туындаған жаңа ақпараттық сын-қатерлер мен оларды анықтауға арналған заманауи форензикалық әдіс-тәсілдерге шолу жасалады. Қазіргі машиналық оқыту алгоритмдерінің эволюциясы шынайы контент пен жасанды медиа арасындағы айырмашылықты адам көзіне көрінбейтін деңгейге жеткізе бастады. Атап айтқанда, мақалада дипфейктер банктердің KYC (Know Your Customer – «клиентті тану») хаттамаларын бұзудағы қаржылық алаяқтық схемалары мен саяси манипуляцияларының зиянды әлеуеті талданады. Зерттеу жұмысында FaceForensics++ сияқты халықаралық бенчмарктерді қолдану тәжірибесі де сараланады, конволюциялық нейрондық желілерді (CNN) пайдаланған кеңістіктік талдаудан бастап дискретті косинустық түрлендіруге (DCT) негізделген жиілік аналитикасына, физиологиялық биометрия (rPPG) мен аудиовизуалды фонетикалық сәйкессіздікті бағалаудың инновациялық әдістеріне дейінгі озық тәсілдер де қарастырылады. Мақалада Қазақстан ақпараттық кеңістігіндегі синтетикалық медианың таралуы, қазақ-орыс екітілді ортада пайда болатын фонетикалық артефактілер мен «Жасанды интеллект туралы» жаңа заңдағы құқықтық мәселелер зерделенеді. Қорытындылай келе, шетелдік детекторларды пассивті импорттаудан бас тартып, локализацияланған ұлттық деректер жинақтарын құруға, тәуелсіз алгоритмдік медиа-аудит институтын қалыптастыруға және фактчекинг үдерісіне заманауи форензика құралдарын кіріктіруге стратегиялық көшудің қажеттілігі негізделеді.

Түйін сөздер: синтетикалық медиа форензика, дипфейк, жасанды интеллект, ақпараттық қауіпсіздік, rPPG, CNN, Қазақстан.

Түсті: 31.08.2026; Мақұлданды: 27.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы**

Кіріспе

Соңғы бес жыл ішінде машиналық оқыту алгоритмдері түбегейлі трансформацияға ұшырады. Алғашында тек медиа контентті талдау мен жіктеу үшін ғана қолданылған құралдар қазір гипершынайы суреттер, бейнежазбалар мен аудиожазбаларды дербес жасай алатын қуатты генеративтік жүйелерге айналды. Бұл технологиялық серпілістің негізінде есептеу қуаттылығының артуы мен орасан зор деректер массивтері жатыр, олар өз кезегінде цифрлық шындық туралы ұғымды түбірімен өзгерткен жасанды интеллекттің екі фундаменталды архитектурасының дамуына жол ашты.

Біріншісі – генеративті-жауласушы нейрондық желілер (Generative Adversarial Networks, GAN). Бұл архитектураның негізінде бір-бірімен үздіксіз бәсекелесетін екі нейрондық алгоритм – генератор мен дискриминатор жатыр. Генератор синтетикалық деректерді үздіксіз жасап, оларды нақты үлгілерге барынша ұқсатуға тырысады. Өз кезегінде, дискриминатор ұсынылған контентті талдап, оның жасанды немесе шынайы екенін ажырату міндетін атқарады. Осындай антагонистік оқыту үдерісі барысында екі модель де бірін-бірі жетілдіреді: генератор адам қабылдауы мен қарапайым алгоритмдер жалғанды шындықтан ажырата алмайтындай деңгейге жеткенге дейін гипершынайы контент (дипфейк) генерациялауды жалғастырады (Goodfellow et al., 2014).

Ал екіншісі бұдан жаңарақ архитектура саналатын Midjourney, DALL-E және басқа да заманауи бейне генераторлар платформаларында кеңінен қолданылатын диффузиялық модельдер. Бұл модельдер Марков тізбегіне негізделген термодинамикалық диффузия процесін имитациялайды. Яғни, олар алдымен оқу деректеріне біртіндеп гауссиандық шуыл қосып, оны толық деструкциялайды, содан кейін күрделі нейрондық желіні кері шуылды жою процесіне үйрету арқылы жұмыс істейді. Бұл бастапқы статикалық шуылдан жоғары сапалы, семантикалық тұрғыдан мінсіз медиа контентті синтездеуге мүмкіндік береді.

Осы технологиялық жетістіктер шығармашылық индустриялар, кинематограф, жарнама және бейне ойындар үшін айтарлықтай зор әлеует бергенімен, ақпараттық тұтастыққа бұрын-соңды болмаған қауіп-қатер төндіруде (Verdoliva, 2020). Дүниежүзілік экономикалық форумның жаһандық тәуекелдер жөніндегі сараптамаларында жасанды интеллект тудырған дезинформация мен мисинформация ең басты стратегиялық қауіптердің қатарына енгізілген. Желіде еркін қолжетімді, ашық бастапқы коды бар бағдарламалық пакеттер бағдарламалау немесе бейнемонтаж дағдылары жоқ кез келген адамға манипуляцияланған медиа активтерін жасауға мүмкіндік береді.

Синтетикалық контенттің зиянды әлеуеті қазіргі таңда бірқатар стратегиялық бағытта көрініс тауып отыр. Мысалы, саяси аренада ол сайлау науқандары кезінде қоғамдық пікірді манипуляциялауға, электоратты адастыруға және саяси қайраткерлерді дискредитациялауға бағытталған ақпараттық операциялар үшін қолданылады. Немесе айталық, қаржы және корпоративтік секторда да дипфейктер ауқымды экономикалық алаяқтықтың негізгі құралына айналып отыр. Атап айтқанда, киберқылмыскерлер банктер мен қаржы институттарының клиенттерін қашықтан биометриялық сәйкестендіруіне арналған KYC (Know Your Customer – «клиентті тану») хаттамаларын бұзып өту үшін нақты уақыт режиміндегі синтетикалық бейнелер мен дауыстарды сәтті қолдануда. Сонымен қатар, бұл генеративтік технологиялар жеке тұлғаларды бопсалау, қорқыту және психологиялық манипуляцияға құрылған күрделі әлеуметтік инжиниринг схемаларында да кеңінен пайдаланылуда.

Осы қиындықтарға төтеп беру үшін бүгінгі таңда халықаралық ортада синтетикалық медиа форензикасы (Synthetic Media Forensics) деген атаумен танымал болып келе жатқан жаңа ғылыми бағыт қалыптасуда. Қолмен өңделген пиксельдердің ізіне түсумен немесе файлдардың метадеректерін тексерумен шектелетін дәстүрлі цифрлық криминалистикадан айырмашылығы, заманауи форензика терең оқыту алгоритмдерінің контентті синтездеу барысында қалдыратын математикалық, статистикалық және биофизикалық артефактілерін анықтауға негізделген. Бұл сала қазіргі уақытта үздіксіз технологиялық тежеріс сипатына ие болып отыр. Осы генеративтік модельдердің әрбір жаңа буыны бұрынғы анықтау алгоритмдерін айналып өтуді үйренген сайын, форензика ғылымы да спектральды талдау, физиологиялық биометрия және кросс-модальды (аудио-визуалды) диссонансты зерттеу сияқты жаңа, аса күрделі аналитикалық тәсілдерді ойлап табуға мәжбүр болуда.

Материалдар мен әдістер

Зерттеу барысында синтетикалық медиа форензикасының негізгі бағыттарын анықтау үшін кеңістіктік, жиілік, биофизикалық және фонетикалық ауытқуларды кешенді талдау әдістері қолданылды. Зерттеу дизайны технологиялық аудит, лингвистикалық сараптама және салыстырмалы-құқықтық талдауды біріктіретін пәнаралық тәсілге негізделген.

1. Технологиялық және алгоритмдік талдау әдістері. Алгоритмдік манипуляцияларды анықтау тәсілдерін бағалау мақсатында келесі форензикалық бағыттар сарапталды:

* Кеңістіктік талдау. Пиксель деңгейіндегі микроскопиялық ақауларды (бұлыңғырлану, қабаттасу шекаралары, тері текстурасындағы аномалиялар) анықтау үшін Xception және ResNet сияқты конволюциялық нейрондық желілердің (CNN) архитектуралары зерттелді.

* Жиілік спектрін талдау. Генеративті модельдердің апсемплинг (upsampling) процесі кезінде қалдыратын периодты жасанды шуылдарын тіркеу үшін дискретті косинустық түрлендіру (DCT) әдістері қолданылды. Бұл әдіс күшті сығымдалған бейнелерден де математикалық артефактілерді бөліп алуға мүмкіндік береді.

* Физиологиялық биометрия. Қашықтан фотоплетизмография (rPPG) технологиясы арқылы бейнежазбадағы адам бетінің терісіндегі көзбен көру мүмкін емес микро-түстік өзгерістерді өлшеу әлеуеті талданды. Бұл тәсіл жүрек соғысы сигналын оқып, генерацияланған медиадағы уақыттық және биофизикалық сәйкессіздіктерді дәл анықтайды.

2. Деректер базасы және кросс-датасеттік валидация. Халықаралық тәжірибені және анықтау жүйелерінің тиімділігін бағалау үшін синтетикалық медиа форензикасындағы ең танымал үш автоматты тестілеу эталонының (бенчмарктерінің) құрылымына салыстырмалы шолу жасалды (Кесте 1). Бұл базалар детекторлардың «кросс-датасеттік жалпылау», яғни бір базадан үйренгенін екінші базада қолдану мәселесін айқындау үшін негіз болды.

Кесте 1. Синтетикалық медиа форензикадағы негізгі халықаралық деректер базаларының (бенчмарктердің) салыстырмалы сипаттамасы

Датасет атауы	Бейне-лер саны (жуықтап)	Жасалу ортасы және специфи-кациясы	Қолданылған манипу-ляция әдістері

FaceForensics++	5 000	Зертханалық жағдай, жоғары сапалы, біркелкі камера ракурсы мен жарық.	FaceSwap, Deepfakes, Face2Face, NeuralTextures
Celeb-DF	5 600+	Нақты әлемге жақындатылған (in-the-wild), танымал адамдардың бейнелері.	Жетілдірілген дипфейк генерациясы (жақсартылған бет маскалары мен түстер).
DFDC (Deepfake Detection Challenge)	100 000+	Ауқымды, аса күрделі жағдайлар, әртүрлі жарық, кедергілер мен камера бұрыштары.	8-ден астам түрлі генеративті алгоритмдер мен өңдеу әдістері.

3. Лингвомәдени және құқықтық сараптама. Қазақстандық контексті зерделеу барысында ұлттық ақпарат аренасының лингвомәдени ерекшеліктері, атап айтқанда қазақ тілінің фонетикалық заңдылықтары мен екітілді ортаның спецификасы талданды. Қазақ тіліне тән спецификалық фонемалардың мысалы, қатаң және ұяң дауыссыздардың аудиовизуалды артикуляциясы мен виземалар (ерін қимылы) арасындағы сәйкессіздіктерді анықтау тетіктері қарастырылды.

Сонымен қатар, нормативтік базаны зерттеу мақсатында салыстырмалы-құқықтық және құрылымдық-функционалдық талдау әдістері қолданылды. Қаржылық алаяқтық пен киберқылмыстың нақты эмпирикалық мысалдары негізінде Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексінің, «Масс-медиа туралы» заңының, сондай-ақ жаңадан қабылданған «Жасанды интеллект туралы» заңының нормаларына құқықтық баға беріліп, ұлттық заңнамадағы олқылықтар анықталды.

Нәтижелер

Алгоритмдік манипуляцияларды анықтауға арналған заманауи тәсілдерді талдау синтетикалық медиа форензикасы қиылысатын бірнеше вектор арқылы дамып келе жатқанын көрсетеді. Зерттеушілер мен криминалистер жалған контентті әшкерелеу үшін кеңістіктік, жиілік, биофизикалық және фонетикалық ауытқуларды кешенді түрде пайдаланады.

Кеңістіктік және жиілік аналитикасы жайлы айтар болсақ, форензиканың тарихи тұрғыда алғашқы әрі ең танымал құралдарына суреттерді пиксель деңгейінде талдайтын конволюциялық нейрондық желілерге (CNN) негізделген тәсілдер жататыны белгілі (Verdoliva, 2020). Әсіресе FaceSwap немесе Face2Face сияқты әдістерді дипфейк жасау процесіндеқолданғанкездекадрдыңкеңістіктіктұтастығыбұзыладыдептұжырымдайды Рөслер және басқа да зерттеушілер (Rössler et al., 2019). Олар бұл бағытта XceptionNet архитектурасына негізделген жүйелер ең жоғары нәтиже көрсететінін дәлелдей алды. Озық форензикалық конвейерлерде бүкіл кадр емес, заманауи бет трекері қолданылады. Жүйе бет аймағын қамтып, қабаттасу шекарасын ұстау үшін консервативті кадрлаумен (аймақты 1,3 есе ұлғайтып) жіктеу үшін нормаланған фрагментті XceptionNet желісіне береді. Зерттеулер мұндай автоматтандырылған жүйелердің адам қабылдауының мүмкіндіктерінен едәуір асып түсетінін көрсетеді. Яғни, бейнематериалдың сапасы (қысылуы) төмендеген кезде адамдардың дипфейкті визуалды анықтау қабілеті 58,73%-ға дейін құлайды, ал CNN детекторлары жоғары дәлдікті сақтайды.

Алайда, Раза және т.б. пікірінше, кеңістіктік әдістерде «жалпылау алшақтығы» тәрізді айтарлықтай осалдық бар. Конволюциялық желілер жаттығу кезінде қолданылған деректер жинағының (датасеттің) ерекше артефактілерін жаттап алуға бейім. Эмпирикалық деректер бойынша, модельдерді бұрын-соңды белгісіз деректер жинақтарында тестілеген кезде CNN архитектураларының өнімділігі орта есеппен 15%-дан астамға, ал трансформер архитектураларында 11,33%-ға төмендейді (Raza et al., 2026). Бұл заманауи анықтау жүйелері жасандылықтың іргелі семантикалық сипаттарын емес, нақты деректер жинағының спецификалық сығымдалу артефактілерін ғана үйренетінін растайды.

Пиксельдік талдаудың осы шектеулерін жеңу үшін криминалистер сигналдарды өңдеу теориясы мен жиілік спектрін талдауға жүгіне бастады. Зерттеулер генеративті-жауласушы желілермен (GAN) жасалған суреттер адам көзіне мүлде кемшіліксіз болып көрінсе де, жиілік саласында анық жасанды із қалдыратынын растайды (Giudice, Guarnera and Battiato, 2021). Жоғары ажыратымдылықты кескін жасау үшін нейрондық желілер апсемплинг операцияларын пайдаланады, бұл синтезделетін медиаға табиғи фотографияларда жоқ периодты жоғары жиілікті артефактілер енгізеді. Осы іздерді анықтау үшін дискретті косинустық түрлендіру (DCT) қолданылады, ол тіпті күшті бейне сығымдау кезінде де өзінің математикалық тұрақтылығын сақтай алады.

Ал биофизикалық маркерлер мен аудиовизуалды диссонансқа келер болсақ, қазіргі кезде синтетикалық медиа форензикасындағы ең инновациялық бағыттардың бірі – биологиялық және физиологиялық маркерлерді пайдалану. Оның негізінде қашықтан фотоплетизмография (Remote Photoplethysmography немесе rPPG) технологиясы жатыр (Seibold et al., 2025). Шынайы бейнежазбаларда адам ағзасындағы пульс (жүрек соғысы) сигналы субъектінің бетінде ырғақты микро-түстік өзгерістер түрінде көрінеді. Дипфейк жасау процесі бұл кеңістіктік-уақыттық үйлесімділікті бұзады. Заманауи форензикалық жүйелер уақыттық трансформерлер арқылы осы физиологиялық ауытқуларды талдап, алгоритмдік араласуды дәл анықтайды (Wu et al., 2024; Hernandez-Ortega et al., 2020).

Соңғы жылдары дауысты клондау және мәтінді сөйлету генерациясын ерінді синхрондау манипуляциясына интеграциялау үрдісі жиі байқалуда. Форензикада бұған қарсы фонемалар (дыбыстар) мен виземалар (олардың визуалды артикуляциясы) арасындағы сәйкессіздікті анықтау әдістері қолданылады. Генеративтік модельдер ауыз-бет артикуляцияның қатаң биомеханикалық шектеулерін толық сақтамайтындықтан, кадрлар арасында «уақыттық ерін дірілі» пайда болады (Liu et al., 2024). Сонымен қатар, синтезделген сөйлеуде шынайы адам дауысымен салыстырғанда үзілістер (паузалар) арасындағы уақыт артады. Бұл акустикалық сипаттамалар үзіліс ұзақтығы мен жиілігі арқылы әшкереленеді (Kulangareth et al., 2024). Бұған қоса, синтезделген аудиоконтентті спектрограммалық талдау барысында мел-жиіліктік кепстральды коэффициенттерді (MFCC) алу ерекше форензикалық маңызға ие. Адамның дауыс шығару аппаратының табиғи биомеханикалық резонансын толық эмуляциялай алмайтын мәтінді сөйлету (TTS) модельдері акустикалық деңгейде елеусіз математикалық аномалиялар қалдырады. Кепстральды талдау дыбыс толқынының іргелі жиіліктік сипаттамаларын бөліп алу арқылы осы жасанды микро-резонанстарды дәл анықтап береді.

Келесі халықаралық датасеттер және кросс-датасеттік валидация тәсіліне келер болсақ, бұндай анықтау алгоритмдерін оқытып-үйрету үшін орасан зор датасеттер (деректер базалары) талап етіледі. Мәселен, 2019 жылы жасалған FaceForensics++

эталоны синтетикалық медиа форензиканы стандарттауда маңызды қадам болды. Алайда Celeb-DF және DFDC сияқты әлемдік нақты деректер базаларын енгізу кросс-датасеттік жалпылау мәселесінің бар екенін көрсетіп берді. Бұл әмбебап анықтау алгоритмінің әлі күнге дейін жасалмағанын көрсетеді (Singh and Dhumane, 2025). Яғни, бүгінгі күні белгілі бір деректер базасында оқытылған нейрожелілер басқа жағдайда жасалған жаңа дипфейктерді жоғары дәлдікпен тани алмайды. Бұл олардың жалған контенттің іргелі табиғатын түсінбей, тек нақты бір датасетке ғана тән спецификалық артефактілерді механикалық түрде жаттап алуға бейім екенін білдіреді.

Ал отандық контекстке келер болсақ, ұлттық ақпарат аренасының өзіндік лингвомәдени және криминогендік ерекшеліктері жоқ емес. Мәселен, Қазақстанда мемлекет пен корпорациялар басшыларының, соның ішінде ҚР Президенті мен ірі банктердің топ-менеджерлерінің бейнелерін пайдаланған қаржылық шабуылдар айтарлықтай жиілеп кеткен (Қазақстан Ұлттық Банкі, 2025). Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, мұндай дипфейктер жай ғана жалған ақпарат емес, қаржы институттарының клиентті қашықтан тануға арналған KYC хаттамаларын айналып өтуге арналған жоғары технологиялық әлеуметтік инжиниринг құралына айналып отыр (Incode, 2024). Адамды анықтау жүйелерін бұзу үшін киберқылмыскерлер нақты уақыт режимінде синтезделген бейнелерді сәтті қолдануда.

Қаржылық алаяқтық векторларын талдайтын болсақ, қаскүнемдердің банктердегі қашықтан биометриялық сәйкестендіру кезеңін бұзып өтуінің екі негізгі технологиялық сценарийі кездеседі. Біріншісі презентациялық шабуыл, яғни экранға шығарылған дипфейк бейнесін камераға тікелей көрсету. Екіншісі әрі анағұрлым қауіптісі инъекциялық шабуыл. Бұл жағдайда синтетикалық деректер ағыны виртуалды драйвер арқылы верификация жүйесіне тікелей енгізіліп, құрылғының физикалық сенсорын (камерасын) айналып өтеді. Қазіргі таңдағы «тірі адамды анықтау» (Liveness detection) жүйелерінің басым көпшілігі тек келіп түскен контенттің визуалды шынайылығын тексерумен шектеледі, ал инъекциялық шабуылдар контенттің қайнар көзін бұрмалайтындықтан, бұл екі бөлек технологиялық мәселе болып отыр (Ayosso, 2026).

Бұл қауіптің ауқымы халықаралық киберқауіпсіздік есептерінде нақты сандық көрсеткіштермен расталып отыр. Group-IB компаниясының «Weaponized AI» баяндамасына сәйкес, компанияның Fraud Protection тобы бір ғана қаржы институтына 2025 жылдың қаңтар-тамыз аралығында цифрлық KYC процесінде 8065 дипфейк алаяқтық әрекетін әшкерелеуге көмегін тигізген. Осы 8065 әрекет кезінде 5702 алаяқтық шот пен 88 нақты құрылғы анықталған. Құрылғылардың 83-і Android, ал 5-і iOS негізінде болған. (Group-IB, 2026). Өз кезегінде, iProov компаниясының деректеріне сүйенген талдау виртуалды камера арқылы жасалған шабуылдардың 2024 жылы 2665%-ға, ал бет ауыстыру (face-swap) инъекцияларының 2023 жылдың екінші жартысында алдыңғы кезеңмен салыстырғанда 704%-ға өскенін көрсетеді (Rajagopal, 2026). Шынайы өмірде де мұндай олқылықтардың ауыр зардаптары кездесіп отырады. Мысалы, Нидерланд полициясының ресми хабарламасына сәйкес, 2025 жылғы қарашада 34 жастағы амстердамдық ер адам жалған пәтер жалдау хабарландырулары арқылы құрбандардың жеке құжаттарын алып, AI негізіндегі бет манипуляциясы (дипфейк) арқылы банктің цифрлық сәйкестендіру процесін айналып өтіп, кемінде 46 банктік шот ашып, алаяқтық мақсатқа пайдаланған (Politie, 2025). Ескерту: осы мақала жазылған күні үкім әлі шыққан жоқ. Іс 2026 жылғы наурыз айында сот тарапынан толық тергелмеген деп танылып, қосымша тергеуге жіберілген.

Сондай-ақ, мемлекетаралық алауыздық тудыруға бағытталған сыртқы саяси провокациялар мен ақпараттық-психологиялық операциялар да көрініс табуда. Мысалы, 2025 жылы қыркүйек айында Ресей Федерациясы Сыртқы істер министрлігінің ресми өкілі Мария Захарованың бейнесі қолданылған дипфейк интернет желісінде пайда болған еді. Онда киберқылмыскерлер шынайы бейнекадрлардың артикуляциясын өзгертіп, синтезделген дауыс арқылы ҚР Президентінің БҰҰ Бас Ассамблеясындағы кездесулері туралы жалған пікір таратқаны айтылады (Министерство иностранных дел России, 2024). Тағы бір мысал ретінде Қазақстанның сол кездегі Сыртқы істер министрі Мұрат Нұртілеу мен бірқатар облыс әкімдерінің бейнелері пайдаланылып, олардың атынан шетелдік әскери науқандарды қолдайтын жалған мәлімдемелер генерацияланғанын да айтуға болады (Orda.kz, 2024). Бұл мысалдар дипфейк технологиясының жай ғана қаржылық алаяқтық емес, ұлттық қауіпсіздікке қатер төндіретін стратегиялық қаруға айналғанын көрсетеді.

Бір айта кетерлігі, отандық медиа форензиканың дамуына кедергі болатын ең маңызды ғылыми тосқауылдардың бірі – тілдік фактор және фонетикалық ерекшеліктер болып отыр. Халықаралық зерттеулердегі тәжірибелер аз ресурсты тілдерде тек ағылшын тіліне негізделген трансформерлердің тиімсіз болатыны дәлелденген еді (Owais et al., 2026). Қазақ тілінің лингвистикалық архитектурасы мен фонетикалық заңдылықтары отандық медиа аудит үшін бірегей кедергілер қалыптастыруда.

Біріншіден, қазақ тіліндегі спецификалық увуляр (қ, ғ), веляр (ң) дауыссыздары мен еріндік (ө, ү, ұ) дауысты дыбыстарының транскрипциясы мен дыбысталуы ерекше биомеханикалық ротофасиалды қимылдарды талап етеді. Ағылшын тілінің датасеттерінде оқытылған ЖИ генераторлары осы күрделі артикуляциялық ауыс-түйістерді модельдеу кезінде кадрлар арасындағы «уақыттық ерін дірілі» эффектісін жасанды түрде тудырады. Екіншіден, қазақ тілі агглютинативті сипатқа ие және сингармонизм заңдылығына бағынады. Синтезделген сөйлеуде бұл үндестік заңдылықтары жиі бұзылып, интонациялық контурлар мен микро-паузалардың табиғи емес сәйкессіздігіне (акустикалық диссонансқа) алып келеді. Осы фундаменталды заңдылықтарды ескерсек, қазақ тілінің өзіндік фонетикалық ерекшеліктеріне бейімделген жергілікті датасеттердің болмауы салдарынан, шетелдік автоматтандырылған жасанды интеллект детекторлары қазақтілді дипфейктерді талдауда технологиялық дәрменсіздік танытуы әбден ықтимал.

Талқылау

Синтетикалық медианың қарқынды таралуы дәстүрлі құқықтық жүйелердің дайын еместігін айғақтады. Дегенмен, кейінгі жылдары бұл олқылықтың орнын толтыруға бағытталған әрекеттер де байқалуда. Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексінің қазіргі редакциясында жасанды интеллект немесе дипфейк терминдері тікелей аталмайды. Алаяқтық және жалған ақпарат тарату баптары бойынша құқық бұзушылықтар сараланғанымен, генеративті жасанды интеллектті қолдануды арнайы ауырлататын мән-жай ретінде қарастыру тетіктері әлі де жетілдіруді қажет етеді. Негізгі дәлелдемелік база мәселесі ретінде елде валидті форензикалық сараптама жүргізіп, сотқа синтетикалық медиаға қатысты бұлтартпас техникалық дәлелдер ұсына алатын тәуелсіз алгоритмдік медиа-аудит институтының әлі қалыптаспағанын айтуға болады.

Қалай дегенмен де, бүгінгі күні осы бағытта мемлекет тарапынан маңызды институционалдық шешімдер қабылдануда. Соның бір айғағы ретінде «Масс-медиа

туралы» Заңның (2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII) 14-бабына 2025 жылғы 17 қарашадағы № 231-VIII Заңмен енгізілген және 2026 жылы күшіне енген түзетулер шеңберінде жасанды интеллект құралдарын қолдану арқылы жасалған медиа өнімдерді міндетті түрде таңбалау қажеттігін атап өткен жөн (Қазақстан Республикасының Заңы, 2024). Сондай-ақ, «Жасанды интеллект туралы» Заңның (2025 жылғы 17 қараша, № 230-VIII) қабылдануы да Қазақстанды жасанды интеллекті заңнамалық түрде реттеген алғашқы Орталық Азия мемлекеттерінің біріне айналдырды. Дегенмен заңда дипфейк жасау немесе таратуды тікелей саралайтын қылмыстық-құқықтық норма көзделмеген – жасанды интеллект жүйелерінің келтірген зиянын өтеу жалпы азаматтық-құқықтық тәртіппен, Азаматтық кодексте айқындалған негізде жүзеге асырылады (Қазақстан Республикасының Заңы, 2025; Qazinform, 2025).

Халықаралық құқықтық тәжірибемен салыстырмалы талдау жасау ұлттық заңнаманың даму векторларын айқындауға мүмкіндік береді. Мәселен, Еуропалық Одақтың «Жасанды интеллект туралы актісі» (EU AI Act) тәуекелдерге негізделген тәсілді қолданады әрі 50-бабы аясында жүйе қолданушылары дипфейк-контенттің жасанды екенін немесе өзгертілгенін міндетті түрде ашып көрсетуі талап етіледі. Қазақстанның қазіргі бағыты азаматтық-құқықтық реттеу мен таңбалауға (ЕО моделіне жақын) сүйенгенімен, ұлттық қауіпсіздік пен қаржы жүйесіне төнетін қатерлердің артуы болашақта Қылмыстық кодекске «генеративті алгоритмдерді қолдана отырып жасалған қылмыс» деген арнайы саралаушы белгіні енгізуді қажет етеді деп пайымдайды авторлар.

Генеративтік ЖИ қауіптеріне кешенді қарсы тұру және Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін бірқатар стратегиялық бастамаларды іске асыру маңызды. Бірінші кезекте, синтетикалық контенттің ұлттық датасетін жасау кезек күттірмейтін міндет. Қазақ тілінің фонетикасы мен артикуляциялық ерекшеліктерін, сондай-ақ аймақтың антропометриялық деректерін ескеретін ауқымды деректер базасы отандық зерттеу институттары үшін жергілікті нейрондық желі-детекторларын оқытудың берік іргетасы болмақ. Екіншіден, алгоритмдік медиа аудит институтын қалыптастыру жай ғана технологиялық емес, құқықтық қажеттілік. Ұсынылып отырған институттың мәртебесі сотқа ұсынылатын цифрлық дәлелдемелердің тізбегін сақтауды қамтамасыз етуі тиіс. Бұл дегеніміз, сот сараптамасы тек визуалды тексерумен шектелмей, DCT жиілік спектрін талдау, кепстральды коэффициенттерді алу және rPPG технологиясы сияқты математикалық негізделген әдістерге сүйенуі қажет. Аудит институты машиналық детекторлардың ықтималдық нәтижелерін криминалист-ғалымдардың шешімімен растайтын «адам және алгоритм» гибридті моделін енгізуі тиіс.

Үшіншіден, журналистердің біліктілігін арттыру және автоматтандырылған детекторларды интеграциялау үлкен рөл атқарады. Рөслер және басқа да зерттеушілер айтпақшы, адам көзінің дипфейкті анықтау мүмкіндігінің шектеулі екендігін ескере отырып, масс-медиа өкілдері мен фактчекерлер цифрлық форензиканың негізгі дағдыларын меңгеріп, өздерінің жұмыс процестеріне аудио және бейне қатарлары арасындағы рассинхронизацияны анықтай алатын заманауи детекторлардың жүйелерін интеграциялауы қажет.

Қорытынды

Синтетикалық медиа форензика жаһандық және ұлттық ақпараттық қауіпсіздікті

қамтамасыз етудегі маңызды қорғаныс шебіне айналуда. Жүргізілген талдау генеративті жасанды интеллект эволюциясының қарапайым визуалды иллюзия жасаудан адамның биомеханикалық және физиологиялық параметрлерін терең алгоритмдік эмуляциялауға көшкенін көрсетеді. Ғылыми қауымдастық бұған қарсы тұру үшін кеңістіктік CNN-детекторлар, DCT жиілік аналитикасы, қашықтан фотоплетизмография (rPPG) жүйелері және фонетика-визуалды диссонансты анықтау желілері сияқты форензикалық құралдардың мықты арсеналын жасап шығарды. Алайда осы әдістердің ешқайсысы кросс-датасеттік жалпылау мәселесі мен генерация алгоритмдерінің үздіксіз бейімделуіне байланысты абсолютті шешім емес.

Қазақстан Республикасының контексінде бұл жаһандық технологиялық қауіп айқын жергілікті сипат алады. Жасанды интеллект технологияларын корпоративтік және инвестициялық алаяқтық схемаларда пайдалану, жоғары мемлекеттік қайраткерлердің бейнесін пайдаланған геосаяси дезинформация әрекеттері, сондай-ақ қазақ тілінің фонетикалық ерекшелігі отандық медиа кеңістігінің синтетикалық контентке қарсы тұруда әлі де осал екенін дәлелдеді.

Отандық журналистика, ақпараттық технология секторы мен құқық қорғау жүйесі үшін шетелдік бағдарламалық шешімдерді пассивті импорттау жеткіліксіз. Тәжірибелі журналистер мен фактчекерлер үшін CNN, DCT немесе rPPG сияқты күрделі технологиялардың практикалық мәні де айқын. Олар жалаң көзбен байқалмайтын пиксельдік бұрмаланулар мен биофизикалық сәйкессіздіктерді дәл табатын, редакциялық верификация хаттамаларына міндетті түрде кіріктірілуі тиіс күнделікті жұмыс құралына айналуы қажет.

Сонымен қатар, стратегиялық басымдылыққа ие болу үшін қазақ морфологиясы мен артикуляциясын ескере отырып ұлттық датасеттер жинап, сот инстанцияларына валидті дәлелдер ұсына алатын тәуелсіз техникалық медиа аудит институтын қалыптастыру және құқықтық базаны одан әрі жетілдіру қажет. Жасанды интеллект арқылы жасалған контентті міндетті түрде таңбалау талаптарымен қоса, жаңа «Масс-медиа туралы» және «Жасанды интеллект туралы» заңдардың қабылдануы заңнаманың мызғымас нормативтік іргетасын қалайды. Цифрлық форензика саласындағы іргелі және қолданбалы зерттеулерді одан әрі дамыту Қазақстан Республикасының ақпараттық тұтастығын қорғауды ғана емес, тұтас Орталық Азия аймағы үшін цифрлық қауіпсіздіктің озық стандарттарын қалыптастыруды да қамтамасыз етеді.

Авторлардың қосқан үлесі:

Кошкенов Н.Ж. – бақылау және ұсыныс беру, мақсат-міндетті анықтау, негізгі бөлімді жазу, жалпы ғылыми аппаратты басқару.

Салиев И.У. – әдебиетпен жұмыс, негізгі бөлімді жазу, материалдарды жинау.

Тогтарбай Б. – хат-хабар авторы, деректерді сұрыптау, редакциялау, мақаланың журнал талаптарына техникалық дәлдігін қадағалау.

Әдебиеттер тізімі

Ayosso, S. (2026) How deepfakes bypass liveness checks in real identity verification systems. DuckDuckGoose AI. Available at: https://www.duckduckgoose.ai/blog/how-deepfakes-bypass-liveness-checks-in-real-identity-verification-systems (Accessed: 8 September 2026).

Giudice, O., Guarnera, L. and Battiato, S. (2021) «Fighting Deepfakes by Detecting GAN DCT Anomalies», Journal of Imaging, 7(8), b. 128.

Goodfellow, I., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., Xu, B., Warde-Farley, D., Ozair, S., Courville, A. and Bengio, Y. (2014) «Generative Adversarial Nets», Advances in Neural Information Processing Systems, 27, b. 2672–2680.

Group-IB (2026) Weaponized AI: Inside the Criminal Ecosystem Fueling the Fifth Wave of Cybercrime. Available at: https://www.group-ib.com/resources/research-hub/weaponized-ai/ (Accessed: 8 September 2026).

Hernandez-Ortega, J., Tolosana, R., Fierrez, J. and Morales, A. (2020) «DeepFakesON-Phys: DeepFakes Detection based on Heart Rate Estimation», arXiv:2010.00400.

Incode (2024) «Top 5 Cases of AI Deepfake Fraud From 2024 Exposed».

Kulangareth, N., Kaufman, J., Oreskovic, J. and Fossat, Y. (2024) «Investigation of Deepfake Voice Detection Using Speech Pause Patterns: Algorithm Development and Validation», JMIR Biomedical Engineering, 9, e56245.

Liu, W., She, T., Liu, J., Li, B., Yao, D., Liang, Z. and Wang, R. (2024) «Lips Are Lying: Spotting the Temporal Inconsistency between Audio and Visual in Lip-Syncing DeepFakes», Advances in Neural Information Processing Systems (NeurIPS), 37.

Министерство иностранных дел России (2024) «Об очередном целенаправленном вбросе дипфейка». [Онлайн]. Қолжетімді: https://mid.ru/2048364/?lang=en (Қаралған күні: 24 маусым 2026).

Orda.kz (2024) «Kazakhstan: Public Figures Targeted in Deepfake Videos Promoting Russian Military Campaign». [Онлайн]. Қолжетімді: https://en.orda.kz/kazakhstan-public-figures-targeted-in-deepfake-videos-promoting-russian-military-campaign-7079/ (Қаралған күні: 24 маусым 2026).

Қазақстан Республикасының Заңы (2024) «Масс-медиа туралы» Заңы, 2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII (2025 жылғы 17 қарашадағы № 231-VIII Заңымен енгізілген 14-бап, 7-тармаққа өзгеріспен).

Қазақстан Республикасының Заңы (2025) «Жасанды интеллект туралы» Заңы, 2025 жылғы 17 қарашадағы № 230-VIII.

Қазақстан Ұлттық Банкі (2025) «Ұлттық Банк жасанды интеллектті пайдалану арқылы жасалатын жаңа алаяқтық схемалар туралы ескертеді». [Электронды ресурс]. Қолжетімді: https://nationalbank.kz/kz/news/informacionnye-soobshcheniya/17903 (Қаралған күні: 24 маусым 2026).

Owais, M. et al. (2026) «Deepfake audio detection in low-resource languages: A case study of Urdu», IEEE Access.

Politie (2025) Oplichter aangehouden die met behulp van deepfake tientallen bankrekeningen opende en misbruikte. Available at: https://www.politie.nl/nieuws/2025/december/17/05-oplichter-aangehouden-die-met-behulp-van-deepfake-tientallen-bankrekeningen-opende-en-misbruikte.html (Accessed: 8 September 2026).

Qazinform (2025) «Kazakhstan to introduce regulations to tackle deepfakes».

Rajagopal, S.K. (2026) How deepfake injection attacks bypass liveness detection. Signzy. Available at: https://www.signzy.com/blogs/liveness-detection-bypass-deepfake-injection (Accessed: 8 September 2026).

Raza, A., Basit, A., Amin, A., Arfeen, Z.A., Masud, M.I., Fayyaz, U. and Jumani, T.A. (2026) «A Comprehensive Review of Deepfake Detection Techniques: From Traditional Machine Learning

to Advanced Deep Learning Architectures», AI, 7(2), 68. DOI: 10.3390/ai7020068.

Rössler, A., Cozzolino, D., Verdoliva, L., Riess, C., Thies, J. and Nießner, M. (2019) «FaceForensics++: Learning to Detect Manipulated Facial Images», Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision (ICCV), b. 1–11.

Seibold, C., Wisotzky, E.L., Beckmann, A., Kossack, B., Hilsmann, A. and Eisert, P. (2025) «High-quality deepfakes have a heart!», Frontiers in Imaging, 4, 1504551.

Singh, S. and Dhumane, A. (2025) «Unmasking digital deceptions: An integrative review of deepfake detection, multimedia forensics, and cybersecurity challenges», MethodsX, 15, 103632.

Verdoliva, L. (2020) «Media Forensics and DeepFakes: An Overview», IEEE Journal of Selected Topics in Signal Processing, 14(5), b. 910–932.

Wu, J., Zhu, Y., Jiang, X., Liu, Y. and Lin, J. (2024) «Local attention and long-distance interaction of rPPG for deepfake detection», The Visual Computer, 40, b. 1083–1094.

N.Zh. Koshkenov[1] I.U. Saliyev[2] B. Togtarbay*[3]

[1,2,3]L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Synthetic Media Forensics and Directions for Development (The Case of Kazakhstan)

Abstract. This article reviews the new information challenges arising from the rapid development of generative artificial intelligence (AI) technologies and the modern forensic methods used to detect them. The current evolution of machine learning algorithms has begun to reduce the distinction between authentic content and synthetic media to a level imperceptible to the human eye. Specifically, the article analyzes the malicious potential of deepfakes in financial fraud schemes—such as bypassing banks' KYC (Know Your Customer) protocols—and in political manipulations. The research also examines the experience of applying international benchmarks like FaceForensics++, exploring advanced verification approaches ranging from spatial analysis using convolutional neural networks (CNNs) and frequency analytics based on the discrete cosine transform (DCT), to physiological biometrics (rPPG) and innovative methods for evaluating audiovisual phonetic discrepancies. The paper investigates the proliferation of synthetic media in Kazakhstan's information space, phonetic artifacts emerging in a bilingual Kazakh-Russian environment (temporal lip jitter in the articulation of uvular and velar consonants), and legal gaps in the new Law "On Artificial Intelligence". In conclusion, the study substantiates the strategic necessity of transitioning away from the passive importation of foreign detectors toward creating localized national datasets, establishing an independent institute for algorithmic media audit, and integrating modern forensic tools into the fact-checking process.

Keywords: synthetic media forensics, deepfake, artificial intelligence, information security, rPPG, CNN, Kazakhstan.

References

Ayosso, S. (2026) How deepfakes bypass liveness checks in real identity verification systems. DuckDuckGoose AI. Available at: https://www.duckduckgoose.ai/blog/how-deepfakes-bypass-liveness-checks-in-real-identity-verification-systems (Accessed: 8 September 2026).

Giudice, O., Guarnera, L. and Battiato, S. (2021) «Fighting Deepfakes by Detecting GAN DCT Anomalies», Journal of Imaging, 7(8), p. 128.

Goodfellow, I., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., Xu, B., Warde-Farley, D., Ozair, S., Courville, A. and Bengio, Y. (2014) «Generative Adversarial Nets», Advances in Neural Information Processing Systems, 27, pp. 2672–2680.

Group-IB (2026) Weaponized AI: Inside the Criminal Ecosystem Fueling the Fifth Wave of Cybercrime. Available at: https://www.group-ib.com/resources/research-hub/weaponized-ai/ (Accessed: 8 September 2026).

Hernandez-Ortega, J., Tolosana, R., Fierrez, J. and Morales, A. (2020) «DeepFakesON-Phys: DeepFakes Detection based on Heart Rate Estimation», arXiv:2010.00400.

Incode (2024) «Top 5 Cases of AI Deepfake Fraud From 2024 Exposed».

Kulangareth, N., Kaufman, J., Oreskovic, J. and Fossat, Y. (2024) «Investigation of Deepfake Voice Detection Using Speech Pause Patterns: Algorithm Development and Validation», JMIR Biomedical Engineering, 9, e56245.

Liu, W., She, T., Liu, J., Li, B., Yao, D., Liang, Z. and Wang, R. (2024) «Lips Are Lying: Spotting the Temporal Inconsistency between Audio and Visual in Lip-Syncing DeepFakes», Advances in Neural Information Processing Systems (NeurIPS), 37.

Ministerstvo inostrannykh del Rossii (2024) «Ob ocherednom tselenapravlennom vbrose dipfeika» [On another targeted deepfake release]. [online] Available at: https://mid.ru/2048364/?lang=en (Accessed: 24 June 2026). [in Russian]

Orda.kz (2024) «Kazakhstan: Public Figures Targeted in Deepfake Videos Promoting Russian Military Campaign». [online] Available at: https://en.orda.kz/kazakhstan-public-figures-targeted-in-deepfake-videos-promoting-russian-military-campaign-7079/ (Accessed: 24 June 2026).

Owais, M. et al. (2026) «Deepfake audio detection in low-resource languages: A case study of Urdu», IEEE Access.

Politie (2025) Oplichter aangehouden die met behulp van deepfake tientallen bankrekeningen opende en misbruikte. Available at: https://www.politie.nl/nieuws/2025/december/17/05-oplichter-aangehouden-die-met-behulp-van-deepfake-tientallen-bankrekeningen-opende-en-misbruikte.html (Accessed: 8 September 2026).

Qazaqstan Respublikasynyng Zany (2024) «Mass-media turaly» Zany, 2024 zhylghy 19 mausymdaghy № 93-VIII (2025 zhylghy 17 qarashadaghy № 231-VIII Zanymen engizilgen 14-bap, 7-tarmaqqa ozgerispen) [On Mass Media: Law of the Republic of Kazakhstan No. 93-VIII of 19 June 2024, as amended by Law No. 231-VIII of 17 November 2025]. [in Kazakh]

Qazaqstan Respublikasynyng Zany (2025) «Zhasandy intellekt turaly» Zany, 2025 zhylghy 17 qarashadaghy № 230-VIII [On Artificial Intelligence: Law of the Republic of Kazakhstan No. 230-VIII of 17 November 2025]. [in Kazakh]

Qazaqstan Ulttyq Banki (2025) «Ulttyq Bank zhasandy intellektti paidalanu arqyly zhasalatyn zhana alayaqtyq skhemalar turaly eskertedi» [The National Bank warns about new fraud schemes created using artificial intelligence]. [online] Available at: https://nationalbank.kz/kz/news/informacionnye-soobshcheniya/17903 (Accessed: 24 June 2026). [in Kazakh]

Qazinform (2025) «Kazakhstan to introduce regulations to tackle deepfakes».

Rajagopal, S.K. (2026) How deepfake injection attacks bypass liveness detection. Signzy. Available at: https://www.signzy.com/blogs/liveness-detection-bypass-deepfake-injection (Accessed: 8 September 2026).

Raza, A., Basit, A., Amin, A., Arfeen, Z.A., Masud, M.I., Fayyaz, U. and Jumani, T.A. (2026) «A Comprehensive Review of Deepfake Detection Techniques: From Traditional Machine Learning to Advanced Deep Learning Architectures», AI, 7(2), 68. DOI: 10.3390/ai7020068.

Rössler, A., Cozzolino, D., Verdoliva, L., Riess, C., Thies, J. and Nießner, M. (2019) «FaceForensics++: Learning to Detect Manipulated Facial Images», Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision (ICCV), pp. 1–11.

Seibold, C., Wisotzky, E.L., Beckmann, A., Kossack, B., Hilsmann, A. and Eisert, P. (2025) «High-quality deepfakes have a heart!», Frontiers in Imaging, 4, 1504551.

Singh, S. and Dhumane, A. (2025) «Unmasking digital deceptions: An integrative review of deepfake detection, multimedia forensics, and cybersecurity challenges», MethodsX, 15, 103632.

Verdoliva, L. (2020) «Media Forensics and DeepFakes: An Overview», IEEE Journal of Selected Topics in Signal Processing, 14(5), pp. 910–932.

Wu, J., Zhu, Y., Jiang, X., Liu, Y. and Lin, J. (2024) «Local attention and long-distance interaction of rPPG for deepfake detection», The Visual Computer, 40, pp. 1083–1094.

Н. Ж. Кошкенов[1] И. У. Салиев[2] Б. Тогтарбай*[3]

[1,2,3]Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Форензика синтетических медиа и направления её развития (на примере Казахстана)

Аннотация. В данной статье представлен обзор новых информационных вызовов, возникших вследствие стремительного развития технологий генеративного искусственного интеллекта (ИИ), а также современных форензических методов их обнаружения. Текущая эволюция алгоритмов машинного обучения начала стирать грань между подлинным контентом и синтетическими медиа до уровня, незаметного для человеческого глаза. В частности, в статье анализируется вредоносный потенциал дипфейков в схемах финансового мошенничества, направленных на обход банковских протоколов KYC (Know Your Customer), и в политических манипуляциях. В исследовании также анализируется опыт применения международных эталонов тестирования, таких как FaceForensics++, и рассматриваются передовые подходы к верификации — от пространственного анализа с использованием сверточных нейронных сетей (CNN) и частотной аналитики на базе дискретного косинусного преобразования (DCT) до физиологической биометрии (rPPG) и инновационных методов оценки аудиовизуального фонетического несоответствия. В статье исследуются распространение синтетических медиа в информационном пространстве Казахстана, фонетические артефакты, возникающие в билингвальной казахско-русской среде (временное дрожание губ при артикуляции увулярных и велярных согласных), а также правовые пробелы в новом законе «Об искусственном интеллекте». В заключение обосновывается стратегическая необходимость отказа от пассивного импорта зарубежных детекторов в пользу создания локализованных национальных наборов данных (датасетов), формирования независимого института алгоритмического медиааудита и интеграции современных инструментов форензики в процесс фактчекинга.

Ключевые слова: форензика синтетических медиа, дипфейк, искусственный интеллект, информационная безопасность, rPPG, CNN, Казахстан.

Авторлар туралы мәлімет:

Кошкенов Н.Ж. – философия докторы (PhD), аға оқытушы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қажымұқан көшесі, 13, 010008, Астана, Қазақстан.

Салиев И.У. – докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қажымұқан көшесі, 13, 010008, Астана, Қазақстан.

Тогтарбай Б. – хат-хабар авторы, философия докторы (PhD), аға оқытушы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қажымұқан көшесі, 13, 010008, Астана, Қазақстан.

Information about the authors:

Koshkenov N. – Doctor of Philosophy (PhD), Senior Lecturer, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 13 Kazhymukan St., 010008, Astana, Kazakhstan.

Saliyev I. – Doctoral student, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 13 Kazhymukan St., 010008, Astana, Kazakhstan.

Togtarbay B. – corresponding author, Doctor of Philosophy (PhD), L.N. Gumilyov Eurasian National University, 13 Kazhymukan St., 010008, Astana, Kazakhstan.

Сведения об авторах:

Кошкенов Н.Ж. – PhD, старший преподаватель, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Кажымукана, 13, 010008, Астана, Казахстан.

Салиев И.У. – докторант, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Кажымукана, 13, 010008, Астана, Казахстан.

Тогтарбай Б. – автор для корреспонденции, PhD, старший преподаватель, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Кажымукана, 13, 010008, Астана, Казахстан.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ / ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ / HISTORY OF JOURNALISM

ХҒТАР 19.51.09
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-182-203

«Милли адабият» журналы: II дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ эмиграциялық баспасөзінің әдеби-публицистикалық арнасы

Ұ. Сәйдірахман*[1], К.А. Аубакирова[2]

[1,2] «Шәкәрім университеті» КЕАҚ, Білім берудің жоғары мектебі, Семей, Қазақстан

(E-mail: [1]ushkyn86@gmail.com, [2]kz.aubakirova@gmail.com)

Аңдатпа. Мақалада II дүниежүзілік соғыс жылдарында Берлинде жарық көрген «Милли адабият» журналының қазақ эмиграциялық баспасөзі тарихындағы орны қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – басылымды кеңестік майдандық газеттерден тыс қалыптасқан әдеби-публицистикалық арна тұрғысынан талдап, оның тақырыптық-идеялық бағытын, жанрлық құрылымын және ұлттық жадты сақтаудағы қызметін айқындау. Зерттеудің ғылыми маңызы «Милли адабиятты» соғыс кезеңіндегі қазақ көсемсөзінің эмиграциялық-легионерлік ортада қалыптасқан ерекше үлгісі деп бағалауымен айқындалады. Тәжірибелік мәні журнал материалдарын қазақ баспасөзі тарихы, эмиграциялық әдебиет және Түркістан баспасөзі мәселелерін зерттеуде дереккөз ретінде пайдалануға мүмкіндік беруімен байланысты. Зерттеу дереккөзі ретінде журналдың қолда бар №1-8 сандары алынды. Мақалада деректанулық, тарихи-контекстік, мазмұндық, жанрлық-құрылымдық және салыстырмалы-тарихи талдау әдістері қолданылды. Зерттеу нәтижесінде «Миллиадабияттың»атауыәдебижурналсипатындаболғанымен,мазмұны жағынан ұлттық-публицистикалық міндет атқарғаны анықталды. Басылымда отан, ел, жер, тарихи жад, түркі бірлігі, рухани мұра және азаттық идеясы көркем шығармалар, публицистикалық материалдар, ән-нота үлгілері, аудармалар және әдеби-танымдық мақалалар арқылы көрініс тапты. Журнал әрі тарихи тұрғыдан қайшылықты жағдайда туған басылым, әрі эмиграциялық ортадағы ұлттық жадты сақтаған маңызды мәдени дереккөз ретінде пайымдалады.

Түйін сөздер: «Милли адабият» журналы, майдандық баспасөз, қазақ көсемсөзі, эмиграциялық баспасөз, Түркістан легионерлері, Түркістан Милли Комитеті, ұлттық жад.

Түсті: 3.07.2026; Мақұлданды: 26.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы**

Кіріспе

Мерзімді баспасөз – белгілі бір дәуірдің қоғамдық ойы мен саяси-рухани ахуалын танытатын маңызды тарихи дереккөз. Әсіресе, теледидар мен интернет кең таралмаған, ақпарат алмасудың негізгі жүгін мәтін арқалаған кезеңдерде мерзімді баспасөз қоғамдық пікірді қалыптастырудың, саяси-әлеуметтік ұстанымды жеткізудің және ұлттық сананы ұйыстырудың басты құралдарының бірі болды (Hagen, 1997, pp. 107-108). Соғыс жылдарында бұл қызмет күшейіп, баспасөз жауынгерлік дәстүрді жаңғырту, сарбаздардың моральдық рухын шыңдау және елдік сананы бекіту міндетімен ұштаса түсті (Исқақова, 2015). Осы тұрғыдан II дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ басылымдарын зерттеу журналистика тарихын ғана емес, соғыс кезеңіндегі ұлттық рухты, әдеби-публицистикалық ойды және тарихи жадтың қалыптасу ерекшеліктерін тануға жетелейді.

II дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ әскери публицистикасы, ең алдымен, майдандық газеттер арқылы көрінді. Қ. Бекхожин соғыс шебінде қазақша 15 майдандық газет жарық көргенін атайды (Бекхожин, 1981, p. 214). Т. Көлбаев бұл деректі нақтылай түседі. Оның пайымынша, Ұлы Отан соғысы жылдарында қазақ тілінде 10 майдандық, 3 дивизиялық, 1 округтік газет шыққан. Олар: «Отан үшін», «Отан үшін ұрысқа», «Қызыл әскер ақиқаты», «Жауға қарсы аттан», «Отан намысы үшін», «Отан күзетінде», «Дабыл», «Сталин үшін алға» т.б. (Көлбаев, 2012). Бұл басылымдар жедел хабар, үндеу, серт, памфлет, хат, очерк, мақала, өлең сияқты жанрлар арқылы ақпараттық қызметпен қатар үгіт-насихаттық, рухани-идеялық міндет атқарды. А. М. Панченко келтірген деректе майдандық баспасөздің азық-түлік, қару-жарақ және оқ-дәрімен бірдей қажеттілікке бағаланғаны айтылады (Панченко, 2025, p. 107).

Алайда II дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ баспасөзін тек кеңестік жүйедегі әскери-саяси газеттермен шектеу бұл кезеңнің толық мағынасын ашпайды. Оның ұзақ уақыт зерттеу назарынан тыс қалған бір қабаты соғыс тұтқындары мен «Түркістан легионы» ортасында, кеңес аумағынан тыс эмиграциялық-саяси жағдайда қалыптасты. Осы арнадағы негізгі басылымдардың бірі – Германияда жарық көрген «Милли адабият» журналы.

«Милли адабияттың» «Түркістан легионымен», «Түркістан Милли Комитетімен» байланысты ортада жарық көруі және кеңестік ресми дискурстан бөлек идеялық бағыт ұстануы оның кейінгі зерттелу тағдырына тікелей ықпал етті. Кеңестік кезеңде мұндай басылымдардың ғылыми айналымға ену мүмкіндігі жоққа тән болды. Соның салдарынан журнал қазақ баспасөзі тарихында ұзақ уақыт арнайы зерттеу нысанына айнала қойған жоқ.

Атауы әдеби журнал секілденгенімен, «Милли адабияттың» мазмұны тек көркем шығармалардан ғана тұрмайды. Оның беттерінен отан, ел мен жер, ұлттық намыс, түркі бірлігі, тарихи тұлғалар және рухани мұра мәселелерін қозғайтын өлеңдермен бірге публицистикалық материалдар мен әдеби-танымдық мақалаларды кездестіруге болады. Бұл материалдарды өзара байланыстыра қарастырғанда, журналдың әдеби мәтінді эстетикалық мақсатпен ғана емес, алыстағы отанды еске түсіру, тарихи жадты сақтау және түркістандық ортаға ортақ рухани бағдар ұсыну үшін де пайдаланғаны байқалады. Кеңестік билікке қарсы саяси ұстаным да осы мазмұнның құрамында көрінеді.

Басылымның тағы бір сипаты – әдеби және тарихи мұраны жекелеген ұлттық республикалардың шеңберімен шектемей, тұтас Түркістан кеңістігіне ортақ қарастыруы.

ISSN: 2616-7174. eISSN: 2663-2500

Осы ерекшелікті ескере отырып, мақалада «Милли адабият» екі өзара сабақтас қырынан зерттеледі: бір жағынан, ол Түркістан эмиграциялық баспасөзінің бір бөлігі болса, екінші жағынан, қазақ эмиграциялық журналистикасының әдеби-публицистикалық арнасымен тікелей ұштасады.

Зерттеу нысаны – «Милли адабият» журналы. Ал зерттеу пәніне оның тақырыптық және идеялық бағыты, әдеби-публицистикалық сипаты, сондай-ақ соғыс жылдарындағы эмиграциялық және легионерлік ортада атқарған рухани қызметі кіреді.

Мақаланың мақсаты – «Милли адабияттың» Екінші дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ эмиграциялық баспасөзі тарихындағы орнын айқындау. Бұл үшін журнал материалдарының негізгі тақырыптары мен идеялық желісі сараланып, әдеби және публицистикалық мәтіндердің өзара байланысы қарастырылады. Отан, тарихи жад, түркі бірлігі мен ұлттық рух ұғымдарының әр жанрда қалай көрінетініне назар аударылады. Сонымен қатар басылымның легионерлер ортасындағы рухани қызметі мен соғыс жағдайында қалыптасқан саяси мазмұны өзара сабақтастықта талданады.

Зерттеу барысында деректанулық, тарихи-контекстік, мазмұндық, жанрлық-құрылымдық және салыстырмалы-тарихи тәсілдер қолданылды. Деректанулық талдау журналдың шығу ортасын, ұйымдық сипатын және оның бетінде шығармалары жарияланған авторлар құрамын анықтауға қажет болды. Мазмұндық талдауда қайталанып отыратын тақырыптар, негізгі ұғымдар мен идеялық желілер назарға алынды. Ал салыстырмалы-тарихи тәсіл «Милли адабияттың» қазақ тіліндегі кеңестік майдандық басылымдардан айырмасын нақты материалдар негізінде көрсету үшін пайдаланылды.

Мақаланың ғылыми жаңалығы да осы салыстырудан туындайды. «Милли адабият» мұнда соғыс кезеңіндегі қазақ публицистикалық ойының кеңестік майдан баспасөзінен тыс қалыптасқан эмиграциялық арнасы тұрғысынан қарастырылады. Мұндай қырынан зерттеу соғыс жылдарындағы қазақ баспасөзін тек кеңестік ақпараттық кеңістікпен байланыстыратын қалыптасқан түсінікті кеңейтуге негіз ұсынады. Сонымен бірге ұлттық публицистикалық ойдың саяси шекарадан тыс ортада қандай мазмұнмен жалғасқанын байқауға болады.

Осы мәселенің ғылыми аясын анықтау үшін алдымен Екінші дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ майдандық баспасөзіне және шетелдегі қазақ басылымдарына арналған зерттеулер қарастырылды.

Қазақ тіліндегі майдандық газеттер жөніндегі алғашқы жүйелі тұжырымдардың бірі Қ. Бекхожин еңбектерінде берілген. Зерттеуші «Қазақ тіліндегі майдандық газеттер» бөлімінде 1942 жылдың қарашасынан бастап шыққан басылымдарға қысқаша шолу жасап, олардың майдандағы ақпараттық және публицистикалық қызметіне тоқталады. Әсіресе, жауынгерлік рухты көтеру, ерлікті насихаттау және әскери очерк жанрының қалыптасуына ықпал ету мәселелерін көрсетеді (Бекхожин, 1981, pp. 214-216). Қазақ майдандық баспасөзінің соғыс жағдайындағы ұйымдастырушылық, үгіттік және мазмұндық қызметі С. Қозыбаев зерттеуінде де арнайы қарастырылған (Козыбаев, 2010).

Соғыс кезеңіндегі баспасөз қазақ журналистикасының жалпы тарихына арналған еңбектерден де тыс қалмаған. Ж. Нұсқабайұлы бастаған авторлар ұжымының оқулығында соғыс жылдарындағы қазақ мерзімді баспасөзінің қызметіне жеке орын берілген (Нұсқабайұлы, Аллаберген және Оразаев, 2018, pp. 290-298). Кеңестік

журналистика тарихы аясында бұл мәселе И. В. Кузнецов еңбегінде сөз болса (Кузнецов, 2012), әскери баспасөздің кейінгі даму бағыты А. В. Рожковтың диссертациялық зерттеуінде қарастырылады (Рожков, 1998).

Бұл еңбектер майдан газеттерінің жауынгерлерді жұмылдырудағы, ерліктерін насихаттаудағы және майдан мен тыл арасындағы ақпараттық байланысты нығайтудағы қызметін тануға мүмкіндік береді. Дегенмен олардың негізгі нысаны кеңестік әскери-саяси жүйе аясында шыққан басылымдар болды. Кеңес аумағынан тыс жерде, соғыс тұтқындары мен Түркістан легионы ортасында жарияланған мерзімді баспасөз бұл зерттеу желісіне мүлде енбеген. «Милли адабияттың» қазақ журналистикасы тарихында жүйелі түрде аз қарастырылуы да осыдан көрінеді.

Сонымен бірге журналға қатысты ғылыми пікірлер мүлде жоқ деуге болмайды. Бірқатар зерттеулерде «Милли адабият» шетелдегі қазақ баспасөзі аясында аталып, оның ұлттық журналистика тарихындағы орны мен тарихи жадты сақтаудағы қызметі сөз болған (Сәйдірахманұлы, 2016a, 2016b; Сәйдірахман, 2017; Сәйдірахман, 2025). Бұл еңбектер журналды қазақ баспасөзінің шетелде қалыптасқан бір тармағы деп қарастыруға негіз береді. Алайда оның мазмұндық құрылымы, жанрлық құрамы және легионерлік ортадағы идеялық қызметі жеке зерттеу нысаны ретінде әлі де терең талдауды қажетсінеді.

Шетелдік зерттеулерде де «Милли адабият» Түркістан эмиграциялық баспасөзінің құрамында аталады. Н. Садыковтың «Milli Turkistan Journal's Ideological Approach» атты мақаласының негізгі нысаны – «Милли Түркістан» журналы. Соған қарамастан автор Германияда жарық көрген түркістандық басылымдарды сөз еткен тұста «Милли адабиятқа» да тоқталады. Зерттеуші оның ай сайын шыққан әдеби басылым болғанын айтып, тұтқын жауынгерлердің ұлттық санасын сақтауда және эмиграциялық әдеби ортаның қалыптасуында атқарған қызметіне назар аударады (Sadykov, 2016, p. 86). Бұл пікір «Милли адабиятты» жеке әдеби шығармалар жинағы деп қана емес, Түркістан легионы мен эмиграциялық ортада қалыптасқан баспасөз жүйесінің бір бөлігі ретінде қарастыру қажеттігін күшейте түседі.

«Милли адабият» туралы деректер «Түркістан легионы» мен «Милли Түркістан» басылымына арналған зерттеулерде де ұшырасады. Мәселен, Баймырза Хайттың туғанына 100 жыл толуына арналған халықаралық симпозиум материалдары жинағында жарияланған С. Смағұлованың «Türkistan Lejyonu ve Milli Türkistan Dergisi» атты мақаласында негізгі назар «Милли Түркістан» журналына аударылғанымен, «Милли адабияттың» айына бір рет әдеби-көркем сипатта шыққаны, онда Абай, Мағжан, Махамбет, Шоқан, Ахмет Байтұрсынұлы, Сәкен Сейфуллин мұрасына қатысты материалдар, Мәжит Айтбаевтың «Қобызшы Қорқыт» бүркеншік есімімен жарияланған өлең-жырлары және легионерлердің туған елге сағынышын бейнелейтін шығармалары басылғаны айтылады (Smagulova, 2017).

Қолда бар зерттеулер «Милли адабияттың» жекелеген тақырыптарын, авторлық ортасын, тарихи жағдайын және әдеби сипатын белгілі бір деңгейде танытады. Дегенмен журналдың II дүниежүзілік соғыс жылдарындағы эмиграциялық басылым ретіндегі табиғаты, тұтқындар ортасындағы ұлттық ойды ұйымдастыру қызметі, әдеби мәтін мен публицистикалық үндеудің тоғысуы әлі де толық жүйеленген жоқ. Осы олқылық «Милли адабиятты» ұлттық баспасөз тарихындағы соғыс кезеңінің кеңес аумағынан тыс қалыптасқан ерекше арна деп қарастырудың ғылыми өзектілігін айқындайды.

Әдіснама

Зерттеудің дереккөз негізін «Милли адабият» журналының қазіргі таңда қолда бар №1-8 сандары құрайды. Олар 1943-1944 жылдары жарық көрген. Талдауға журналдағы өлеңдер мен басқа да көркем туындылар, публицистикалық мақалалар, тарихи тұлғалар мен әдеби-рухани мұраға арналған материалдар алынды. Зерттеу осы сақталған сандармен шектелетіндіктен, мұнда журналдың толық библиографиялық тарихын қалпына келтіру міндеті қойылмайды. Негізгі назар қолда бар материалдардың тақырыптық, идеялық және жанрлық сипатына аударылды.

Мақалада өзара байланысты бірнеше мәселе қарастырылады. Ең алдымен, журнал мазмұнында қай тақырыптар мен идеялардың тұрақты көрінетіні анықталады. Бұдан кейін әдеби және публицистикалық мәтіндердің легионерлер ортасында ұлттық жадты сақтауға, туған ел туралы түсінікті жаңғыртуға және рухани тұтастықты бекітуге қалай қызмет еткені талданады. Сонымен бірге «Милли адабияттың» шетелдегі Түркістан баспасөзімен, соның ішінде «Яш Түркістан» қалыптастырған идеялық дәстүрмен сабақтастығы қарастырылып, оның кеңестік майдандық басылымдардан айырмасы салыстыру арқылы айқындалады.

Осы мәселелерді талдау барысында журналдың әр саны алдымен жеке дереккөз ретінде қаралды. Титулдық мәліметтер, мазмұн көрсеткіштері және жарияланған материалдардың құрамы өзара салыстырылып, басылымның жалпы құрылымы жүйеленді. Бұдан соң мәтіндерде қайталанып отыратын тақырыптар мен ұғымдар белгіленді. Отан, ел мен жер, азаттық, тарихи жад, ұлттық намыс, түркі бірлігі, әдеби мұра, күрес және тұтқын тағдыры сол материалдардың өзінен байқалған негізгі мағыналық бағыттар ретінде алынды. Жанрлық саралау осы тақырыптық талдаумен қатар жүргізілді: өлең мен өзге көркем шығармалардың, публицистикалық мақалалардың, әдеби-танымдық және тарихи жазбалардың бір идеяны әртүрлі жолмен жеткізу ерекшелігіне назар аударылды.

Мұндай жұмыс тәсілі журналды тек жеке мәтіндер жинағы емес, белгілі бір редакциялық ұстанымы бар басылым ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Мәселен, туған жер тақырыбының поэзияда сезім мен сағыныш арқылы берілуі публицистикалық мәтіндегі саяси ұғымдармен бірдей емес. Сол сияқты тарихи тұлғаларға арналған жазбалардың қызметі әдеби шығармалардың міндетімен толық сәйкес келе бермейді. Сондықтан материалдар жанрына қарай ажыратылып, кейін олардың ортақ идеялық желіге қалай тоғысатыны салыстырылды.

Деректанулық талдауда журналдың шыққан жылы мен орны, шығарушы ұйымы, редакциялық белгілері, титулдық мәліметтері және жарияланымдар құрамы назарға алынды. Бұл деректер басылымның кімге арналғанын, қандай институционалдық ортада шыққанын және редакциялық бағдарын анықтауға қажет болды. Титул беттері мен мазмұн көрсеткіштері осы себепті техникалық мәлімет қана емес, журналдың ұйымдық сипатын танытатын бастапқы дерек ретінде қарастырылды.

Журнал материалдарының мағынасын олардың жарық көрген ортасынан бөліп талдау мүмкін емес. Сондықтан тарихи-контекстік талдау «Милли адабияттың» Екінші дүниежүзілік соғыс жағдайында, «Түркістан легионы» мен соғыс тұтқындары ортасында және «Түркістан Милли Комитетіне» байланысты саяси кеңістікте шығуын ескеруге негізделді. Бұл тұста екі жағдай, атап айтқанда, журналдағы ұлттық әдеби мұра мен Түркістанның тарихи жадын жаңғыртуға бағытталған мазмұн және басылымның

нацистік Германия үстемдік еткен саяси-институционалдық ортада жарық көруі қатар назарда ұсталды. Басылым табиғатындағы осы қайшылық оның материалдарын бағалауда негізгі тарихи өлшемдердің бірі болды.

Мазмұндық талдауда жеке сөздердің кездесу жиілігін анықтаудан гөрі олардың мәтіндегі мағыналық қызметіне басымдық берілді. Мысалы, «отан», «жер», «азаттық», «Түркістан», «бірлік» тәрізді ұғымдардың өлеңде, публицистикалық мақалада немесе тарихи материалда қандай мағынада қолданылғаны өзара салыстырылды. Осы арқылы бір тақырыптың әр жанрда қалай өзгеретіні және журналдың жалпы идеялық желісіне қалай қосылатыны қарастырылды.

Салыстырмалы талдаудың екі бағыты бар. Біріншісінде «Милли адабияттың» шетелдегі Түркістан баспасөзімен, әсіресе, «Яш Түркістандағы» ұлттық тәуелсіздік, тарихи жад және Түркістан тұтастығы идеяларымен сабақтастығы зерделенеді. Екіншісінде журнал қазақ тіліндегі кеңестік майдандық басылымдармен салыстырылады. Мұнда басылымдардың соғыс жағдайында атқарған қызметі, «Отан» ұғымына берген мазмұны, жауынгерге бағытталған үндеулері және тарихи жадқа қатынасы негізгі салыстыру өлшемдері ретінде алынды.

Осы талдау «Милли адабияттың» соғыс жылдарындағы күрделі саяси жағдайда жарық көре отырып, әдеби мұра, тарихи жад және Түркістан тұтастығы мәселелерін бір идеялық арнаға тоғыстырғанын анықтауға бағытталған. Сондықтан мақалада бұл ой алдын ала кесіп айтылған тұжырым ретінде емес, журналдың №1-8 сандарындағы нақты материалдарды тақырыптық арна, жанрлық сипат және тарихи мазмұн бойынша салыстыра қарастыру нәтижесінде дәлелденеді.

Жанрлық-құрылымдық талдау журналдағы өлең, дастан, пьеса, романнан үзінді, новелла, баллада, мақала т.б. үлгілерінің қызметін жүйелеуге арналды. Бұл жанрлар журнал идеясын орнықтыруға бағытталған редакциялық жүйенің құрамдас бөлігі ретінде қарастырылды. Материалдардың публицистикалық сипатын анықтауда журналистика жанрлары теориясы негізге алынды. Сол арқылы жазбаның атауынан бастап, мәтіннің коммуникативтік мақсаты, деректік уәжі, баяндау сипаты, авторлық пайымдау деңгейі, композициялық құрылымы және көркемдік тәсілдері тұтас ескерілді.

Салыстырмалы-тарихи әдіс «Милли адабияттың» шетелдегі Түркістан баспасөзі жүйесіндегі орнын айқындау үшін пайдаланылды. Басылымның идеялық бағыты «Яш Түркістан» дәстүрімен сабақтастықта қарастырылды. Бұл салыстыру «Яш Түркістан» Түркістан тәуелсіздігі идеясын саяси-публицистикалық тілде жүйелесе, «Милли адабият» сол идеяны соғыс жағдайында әдеби-мәдени формада жалғастырғанын көрсетуге ықпал етті. Ал кеңестік майдандық баспасөз «Милли адабияттың» тарихи-публицистикалық табиғатын және әскери кезең баспасөзіне тән ортақ жанрлық белгілерін айқындауға қажет салыстырмалы контекст қызметін атқарды.

Нәтижелер мен талқылау

Зерттеу нәтижелері «Милли адабият» журналының әдеби-мәдени сипатымен бірге ұлттық-публицистикалық және рухани ұйыстырушы қызмет атқарғанын көрсетеді. Басылымның бұл бағыты алғашқы санында жарияланған «Милли адабият» бағдарламалық мақаласында анық байқалады. «Түркістан Милли Комитетінің» президенті әрі журналдың бас редакторы Вели Қаюм-хан басылым мақсатын Түркістан жастарына «жаңа жол көрсету», «милли тәрбие беру» және жазушы-шайырларды бір ортаға топтастыру міндетімен байланыстырады. Автор: «Бұл үшін біз «Милли адабият»

ISSN: 2616-7174. eISSN: 2663-2500

деген бір журнал шығарып, бүтін Түркістан жастарын, жазушыларын, шайырларын бір мәррәгә-ноқтаға топтастыруды қалаймыз», – деп жазады (Қаюм-Хан, 1943, p. 9). Бұл тұжырым журналдың әдебиетті эстетикалық өнер ғана емес, ұлттық рухты бекітетін, тарихи сананы оятатын және түркістандық оқырманды ортақ саяси-рухани мұратқа жұмылдыратын күш деп бағалағанын көрсетеді.

Журналдың тарихи-институционалдық сипаты ұйымдық деректерінен де байқалады (1-суретке қараңыз). Басылымның титул беттеріндегі мәліметке қарағанда, «Милли адабият» «Түркістан Милли Комитеті» тарапынан шығарылған әдеби мәжмуа болды. Журналдың шығарушысы әрі бас редакторы – Вели Қаюм-хан, редакторы – Қ. Қорқыт, яғни Мәжит Айтбаев. Айына бір мәрте шығуы жоспарланған басылым Берлинде жарық көрді. Бұл деректер журналдың жеке әдеби бастама емес, соғыс жылдарындағы Түркістан эмиграциясы, легионерлер ортасы және саяси ұйымдық құрылымдар түйіскен кеңістікте дүниеге келген институционалдық баспасөз жобасы екенін нақтылайды.

1-сурет. «Милли адабият» журналының ішкі титул беті мен мұқабасы



Журналдың идеялық ұстыны №1 санда жарияланған «Түркістан милли жазушылар бірлігінің программа уә устав жоба-лайһасында» кеңірек ашылады («Түркістан милли жазушылар бірлігінің…», 1943). Бұл құжат «Милли адабиятты» эмиграция жағдайында ұлттық әдебиетті қайта ұйымдастыруды көздеген саяси-мәдени жоба болғанын бекіте түседі.

Бағдарлама Түркістанның бұрынғы тәуелсіз, мәдениеті дамыған, ғылым мен әдебиет өкілдерін тудырған тарихи кеңістік болғанын еске алудан басталады. «Түркістан бір уақыттар ең құдіретті, бай, мәдени және сонымен бірге мұстақыл ел болып жасағандур. Бұ өлкеде өтіміште бүюк ғалымдар, астрономдар, пән-әдебиет, көркемөнер ұстаздарын жеткізген», – деп жазылды бірінші тармағында («Түркістан милли жазушылар бірлігінің…», 1943, p. 59). Бұл шегініс өткенді жадағай мадақтауға емес, отарлық биліктен кейін әлсіреген мемлекеттік, мәдени және рухани тұтастықты қайта елестетуге қызмет етеді. Б. Андерсонның ұлтты «елестетілген саяси қауымдастық» деп сипаттайтыны белгілі (Anderson, 2006, p. 6). Осы тұрғыдан алғанда, бағдарламадағы Түркістанның даңқты өткені туралы баяндау шашыраған эмиграциялық ортаға ортақ тарихи кеңістік пен ортақ тағдыр сезімін ұсынуға бағытталған. М. Хальбвакс ұжымдық

жадтың белгілі бір кеңістікпен байланысын атап көрсетсе (Хальбвакс, 2007, pp. 9-11), Я. Ассман мәдени жадтың өткенді сақтау арқылы қауымдық бірегейлік пен тұтастықты бекітетінін тұжырымдайды (Assmann and Czaplicka, 1995, pp. 125-126). Демек, «Милли адабияттағы» өткенді еске алу жоғалған мемлекеттілікті жоқтаумен ғана байланысты болған жоқ. Тарихи жад сондай-ақ журналдың саяси күрес негізін түсіндіретін құралға айналды. Бағдарламалық құжаттағы «орыстар Түркістанды басып алғаннан соң, анықша большевиктер мемлекет басына келгеш, еліміз өз барлығын жоғалтты» деген тұжырым («Түркістан милли жазушылар бірлігінің…», 1943, p. 59) осы көзқарастың өзегін аңғартады. Мұнда патшалық отарлау мен кеңестік билік бір тарихи үдерістің жалғасы деп бағаланып, Түркістанның бұрынғы саяси және рухани тұтастығын қалпына келтіру қажеттігі өзекжарды міндет ретінде түсіндіріледі.

Бұл ұстаным «Түркістан милли жазушылар бірлігінің» мақсаты көрсетілген тұста одан әрі нақтыланады. «Түркістан милли жазушылар бірлігінің» түп мақсаты: Түркістанның бүтіндігі, мұстақыл, ерікті жасауы үшін күрес және түркістандықтардың рухын осы негізде қайта құру», – деп көрсетіледі («Түркістан милли жазушылар бірлігінің…», 1943, p. 60). «Бірліктің» «Түркістан Милли Комитетінің» басшылығымен жұмыс істеп, оның міндеттерін көркем әдебиет арқылы насихаттайтыны да ашық жазылған («Түркістан милли жазушылар бірлігінің…», 1943, p. 60). Осы дерек журналдағы әдеби материалдарды жеке шығармашылық тәжірибе шеңберінде ғана қарастырудың жеткіліксіз екенін көрсетеді. Басылымдағы өлең, драма, мақала және тарихи-танымдық жазбалар ортақ саяси-мәдени бағдар аясында іріктелген.

Бағдарламаның «Асаси уәзифалар» бөлімі бұл байланысты нақты мазмұнмен толықтырады. Онда Түркістанның өткенін таныту, азаттық жолында құрбан болған тұлғалардың көркем бейнесін жасау, Науаи, Мәшраб, Беділ, Абай, Мақтұмқұлы секілді ақын-жазушылардың өмірі мен шығармаларын зерттеп, жариялау міндеттері қойылған («Түркістан милли жазушылар бірлігінің…», 1943, pp. 60-61). Мұндай міндеттердің арнайы көрсетілуі журналдағы авторлар мен шығармалардың кездейсоқ таңдалмағанын аңғартады. Әдеби мұра тарихи жадпен, ал тарихи жад Түркістанның тұтастығы мен еркіндігі туралы идеямен сабақтастырылған. Сондықтан «Милли адабияттағы» көне мұра, классикалық әдебиет және жаңа шығармалар бір-бірінен бөлек қабаттар күйінде емес, ортақ тарихи-рухани желінің бөліктері ретінде ұсынылады.

Журналдың бағдарламалық құжаттан көрінетін осы идеялық желісін 1-сызбадағыдай жүйелеп көрсетуге болады:

1-сызба. «Түркістан милли жазушылар бірлігі» бағдарламасындағы «Милли адабият» журналының ұйымдық-идеялық негізі



«Милли адабияттың» мазмұнындағы бір ерекшелік – көркем шығармалар мен публицистикалық материалдардың қатар берілуі. Журналда әдеби өрнектерден өлең, баллада, дастан, поэма, пьеса мен әңгімеден бастап жұмбақ, өтірік өлең, романнан үзіндіге дейін әртүрлі туындылар жарияланған. Бұлармен бірге көсемсөз үлгісіне тән мақалалар және тарихи тұлғаларға арналған жазбалар да тұрақты орын алып отырды. Журналдағы «Милли адабият», «Абайдың әдеби реформасы», «Алтайдан Еділге, Сібірден Хорасанға», «Мақтұмқұлының насихаттары», «Әдебиет жөнінде түсінік», «Навои уә біз», «Абылай», «Манас» сияқты материалдар шоғыры осы көсемсөз жанрының көрнекті мысалдары.

Жанрлық сипатына қарағанда, бұл материалдардың бәрін бір үлгіге жатқызуға болмайды. Бірі журналдың ұстанымы мен қоғамдық мұратын ашуға арналса, енді бірі әдеби жәдігердің мәнін түсіндіруді көздеді. Мәселен, «Милли адабият» пен «Алтайдан Еділге, Сібірден Хорасанға» басылымның идеялық бағытын айқындап, оқырманға ортақ мақсат ұсынатын бағдарламалық-публицистикалық мақалаға жақын. Ал «Абайдың әдеби реформасы», «Мақтұмқұлының насихаттары», «Әдебиет жөнінде түсінік», «Навои уә біз» және «Манас» сияқты жазбаларда әдеби мұраны талдау, түсіндіру, бағалау жағы басым.

«Абылай» материалының табиғаты бұлардан сәл өзгешелеу. Онда тарихи тұлғаның өмірі, мінезі мен ел жадындағы бейнесі оқиғалы дерек, аңыз сарыны және авторлық пайым арқылы тұтаса өріледі. Сондықтан бұл мәтін портреттік очерк сипатын иеленеді. Ал «Mehрибан ана» нақты ішкі тебіреністен туындаған авторлық толғаныс пен сезімдік бояуға бай болуымен эссе жанрына жақындайды.

Мұндай жанрлық тоғысу публицистика табиғатына бөтен емес. Б. Жақып публицистиканы көркем әдебиетпен сабақтастыра қарастырып, сөз өнерімен қатар дамып келе жатқан шығармашылықтың бір тармағы ретінде түсіндіреді. «Публицистика да сөз өнерінің үлкен бір саласы. Ол көркем әдебиетпен бірге туып, қалыптасып, өсіп, өркендеп келе жатқан шығармашылықтың ерекше бір тармағы», – деп тұжырымдайды ғалым (Жақып, 2007, p. 3).

Осы тұрғыдан алғанда, журналдағы публицистикалық материалдар әдеби мұраны таныстырумен ғана шектелмейді. Олар тарихи тұлғалар мен көркем шығармаларды өз дәуірінің ұлттық мұратымен, қоғамдық ойымен және саяси мақсатымен байланыстыра тәпсірлейді. Сондықтан «Милли адабият» әдеби басылым болғанымен, оның мазмұнында көсемсөзге тән сипат айқын байқалады. Себебі мұнда талдау мен бағалау, тарихи жадты жаңғырту мен оқырманға бағыт-бағдар ұсыну қос өрімдей жымдаса тұтасқан.

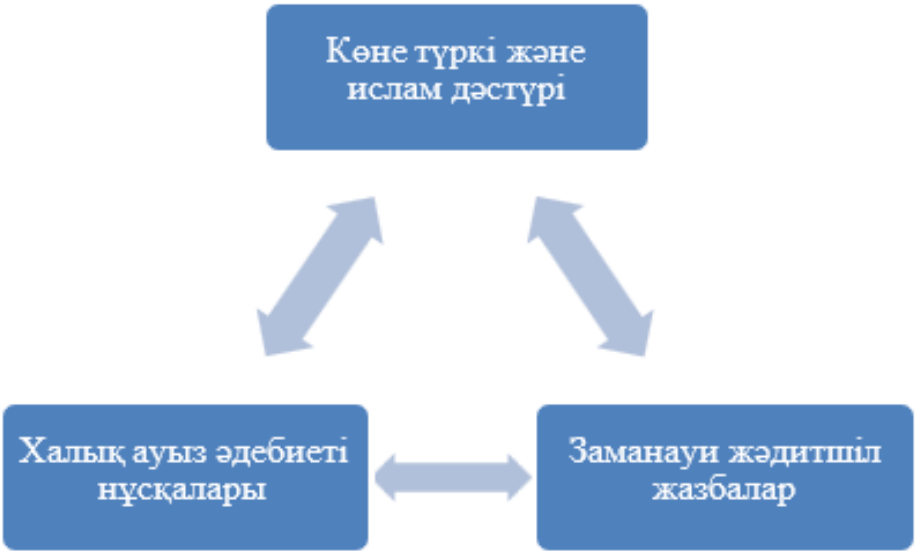
Мұндай кең ауқым тек жанрлық әркелкілікке ғана қатысты емес. Әрбір нөмірдегі материалдар табиғатына үңілгенде, онда көркем шығарма, әдеби мұра туралы сын-зерттеу және тарихи тұлғаға арналған танымдық материалдар қатар көрінеді. Бұдан редакцияның әдебиетті тек шығармашылық мұра деп қарамайтын айрықша ұстанымы аңғарылады.

«Милли адабият» бетіндегі әдеби туындылар туған ел мен өткен тарихты еске түсірсе, публицистикалық мақалалар сол мұраны түсіндіруге қызмет етті. Ал тарихи жазбалардан редакцияның ортақ жадты бекіту міндеті сезіледі. Осы мазмұндық, жанрлық кеңдік оқырманды идеялық тұрғыдан ұйыстыруға бағытталған редакциялық жүйе аясында ұйымдастырылғанын аңдатады. Журналдың жанрлық өрісін №2 санда берілген әдеби жоспар да нақтылай түседі. Онда Абай өлеңдері, Фитраттың «Үнді ихтилалшылары»

пьесасы, «Манас» дастанының бір бөлігі, «Түркістан» атты өлеңдер топтамасы, Асан қайғының «Қара мысық» романы, Қ. Қорқыттың Абай поэзиясы туралы ғылыми еңбегі, «Киік зары» дастаны, балладалар, Раушанның «Балықшы қызы» драмасы, «Ақмешіт» киносценарийі, «Құрбан» романы және әңгімелері аталады («Алтайден Еділге, Сібірден Хорасанға», 1943, p. 6). Бұл деректер басылымның поэзиямен ғана шектелмей, мақала, ғылыми-танымдық еңбек, дастан, пьеса, роман, драма, киносценарий, баллада тәрізді әртүрлі жанр үлгілерін қамтығанын көрсетеді. Жоспарда аталған шығармалардың біразы кейінгі нөмірлерде жарияланып, журналдың жанрлық өрісін кеңейте түсті.

Шығармалардың жанрлық-мазмұндық әралуандығы және басылымдағы жариялану реті «Милли адабияттың» әдеби мұраны кездейсоқ емес, белгілі бір канондық жүйемен ұсынғанын байқатады. «Милли адабият» жетекшілікке алған әдеби канонды шартты түрде бірнеше қабатқа бөліп қарастыруға болады (2-сызба).

2-сызба. «Милли адабияттағы» негізгі әдеби канон қабаттары



2-сызбада көрсетілгендей, бірінші қабатты көне түркі және ислам-түркілік жазба дәстүрі құрайды. Бұл қатарда Жүсіп Баласағұнның «Құтты білігі», Қожа Ахмет Яссауи мұрасы, Әлішер Науаи шығармашылығы Түркістан халықтарының тамыры терең жазба мәдениетін паш ететін рухани темірқазық ретінде алынды. Әсіресе, Науаи мұрасының арнайы сөз болуы журналдың түркі халықтарына ортақ классикалық әдеби негізді алға шығарғанын аңғартады.

Екінші қабат батырлық, ғашықтық және халықтық эпосқа қатысты. «Қобыланды батыр», «Ер Тарғын», «Алпамыс», «Қыз Жібек», «Қозы Көрпеш – Баян сұлу», «Манас» сияқты мұралар халық жадын сақтаған көркем өзек өрнегінде ұсынылды. Журналда «Халық ауыз әдебиеті» деген арнайы айдардың болуы осы қабаттың басылым саясатында орнықты орын алғанын дәлелдейді.

Үшінші қабатқа XIX ғасыр мен XX ғасыр басындағы ағартушылық, жәдитшіл және ұлтшыл әдебиет жатады. Журнал бетінде Абай, Махамбет, Ахмет Байтұрсынұлы, Мағжан,

Сұлтанмахмұт, Фитрат, Шолпан, Жүсіпбек Аймауытұлы секілді қаламгерлердің қатар берілуі редакцияның осы кезең әдебиетіне кеңірек түркістандық өлшеммен қарағанын аңдатады.

Редакцияның материал ұсынудағы мұндай сұрыптау мәніне зер салғанда, әр жеке тұлға яки әдеби мұраға белгілі бір тарихи кезеңнің оқшау туындысы деген көзқарасқа керағар ұстанымды аңдауға болады. Яғни редакция материал жүйелеуде мәтінге оқшау көзқараспен үңілмей, олардың арасындағы сабақтастықты алға шығаруға ден қойған. Көне түркі мұрасынан халық эпосына, одан XIX-XX ғасырлардағы ағартушылық пен жәдитшіл әдебиетке дейінгі шығармаларды бір журнал кеңістігінде ортақ желіге байлап, тоғыстыра білген. Оған эмиграция жағдайында туған жаңа туындылардың қосылуы әдеби дәстүрді өткеннің мұрасы күйінде қалдырмай, жалғасып жатқан рухани арна маңызында танытты. Осы сипат «Милли адабият» журналына қатысты басылым Түркістан халықтарының әдебиетін өзара сабақтас ортақ мұра тұрғысынан жүйелеуге ұмтылды деген тұжырымға жетелейді.

Ал бұл каноннның басты ерекшелігі – «ұлттық әдебиет» ұғымының тар этникалық шеңберде емес, кең түркістандық кеңістікте қолданылуы. Қазақ әдеби мұрасы да осы стратегия аясында ортақ Түркістан әдеби кеңістігіне енгізіледі.

Журналдың аталмыш тұтас Түркістан (біртұтас халық) ұстанымы №2 сандағы «Алтайдан Еділге, Сібірден Хорасанға» бас мақаласында тереңірек айқындалады («Алтайден Еділге, Сібірден Хорасанға», 1943). Жазбада Алтайдан Еділге, Сібірден Хорасанға дейінгі ұланғайыр атырапты қоныс қылған түркі халқы туралы айтылып, бұл кеңістік Науаидан Абайға, Тоқтағұлдан Мақтұмқұлыға дейін жалғасқан ортақ әдеби дәстүрмен сипатталады. Мақаланың қорытынды бөлігінде бұл ұстын былай түйінделеді: «Мейлі, бұл күнде отаннан алыста жүріп, жырлаған жарымыз шығыстан ескен желменен Түркістанға жетсін! Түркістандағы туған-туысқандарымыз біздің бұ күнгі ел-жұрт жөніндегі патриоттық, ерлік, еркін жырларымызды естіп қуансын. Елден қаны жат, тілі жат, діні жаттарды қолына құрал алып, қуып шығаруға әзір тұрсын. Мейлі, біздің еркін милли лирамыз Алтайдан Еділге, Сібірден Хорасанға жетсін!» («Алтайден Еділге, Сібірден Хорасанға», 1943, pp. 7-8). Осы геомәдени таным журналдағы «Түркістан» ұғымының әкімшілік-аумақтық атаудан әлдеқайда кең екенін әйгілейді. Басылым үшін Түркістан – тарихи жад, ортақ әдеби мұра, тілдік жақындық және отарлық тағдыр арқылы байланысқан біртұтас рухани-саяси кеңістік.

Қазақ әдеби мұрасының журналда берілуі осы тұтас Түркістан стратегиясымен етене байланысты. Абай, Махамбет, Ахмет, Мағжан шығармалары мен «Елім-ай» секілді халық ауыз әдебиетінің өрнектері қазақ әдебиетінің өзіндік болмысын таныта отырып, тұтас Түркістан әдеби кеңістігіне енгізіледі. Осы арқылы қазақ әдебиеті журналда оқшау ұлттық жәдігер емес, Түркістан халықтарына ортақ әдеби-рухани сабақтастықтың құрамдас бөлігі сипатымен танылады.

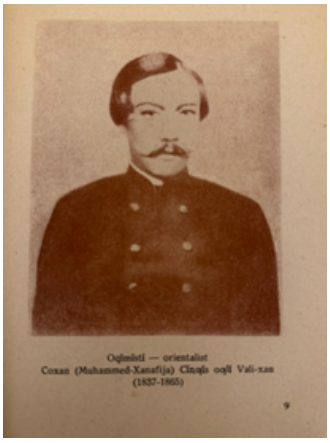
Бұл ұстаным сондай-ақ журналдағы Абай өлеңдерінің берілуінен де қапысыз аңдалады. №1 сандағы «Абайдың әдеби реформасы» мақаласында Абай қазақ поэзиясының ғана емес, жалпы түркі поэзиясының биік тұлғасы ретінде пайымдалады (Қобызшы Қорқыт, 1943, pp. 11-18). Мәжит Айтбаев бұл мақаласында Абайды өлең құрылысына жаңа түрлер қосқан поэтикалық реформатор ретінде бағалайды. «Ол өз жұрты поэзиясына, оның түрлеріне бірнеше жаңа түрлер қосты. Бұл түрлердің біразы Абай дәуірінде, Алтай түркі поэзиясы түгіл, мәдениетті Еуропа халықтарының поэзиясында да жоқ түрлер

еді», – деп Абайды әлемдік деңгейдегі әдеби қайраткер биігіне көтереді. Басылымның көптеген беташар мақалаларында Абай өлеңінің эпиграфқа алынуы да журналдың әдебиетке қойған талабын Абай өлшемі арқылы негіздегенін аңғаруға болады.

Журналда Түркістанның көрнекті әдеби тұлғалары қатарында Фитрат, Шолпан, Науаи, Тоқтағұл, Мақтұмқұлдарымен бірге қазақ қалам қайраткерлерінен Абайдан басқа Шоқан, Махамбет, Ахмет, Міржақып, Мағжан, Жүсіпбек, Сәкен, Бейімбет, Ілияс т.б. есімдері аталады (басылым бетінде дәріптелген сондай тұлғалардың бір шоғыры 2-суретте ұсынылды). Мақалада бұл тұлғалардың еңбегі Түркістанның ұлттық бірлігіне қызмет еткен рухани мұра биігінде дәріптеледі: «Біздер бұндай кісілерімізді ұмыта салмаймыз, олардың ісі жаңа Түркістанның жүрегінде мәңгі сақталады. Олардың ойларын бүгінгі Түркістанның батыр ұлдары іс жүзіне асырады», – деп жазады олар турасында («Алтайден Еділге, Сібірден Хорасанға», 1943, p. 5). Осылайша журнал өткен дәуірдің әдеби мұрасын қазіргі күреске мағына беретін тарихи дәлелге айналдырады.

2-сурет. Журналда суреттері басылып, шығармалары жарияланған Түркістан тұлғаларының бір парасы









Журнал бетінде поэзия жанрының елеулі орын алғаны байқалады. Мұны түркі халықтарының өлең-жырға жаны жақын болмысымен ғана емес, соғыс жағдайы мен отаннан жырақта жүрген оқырманның рухани күйімен де байланыстыруға болады. Елден айырылу, босқын өмір және туған жерге сағыныш сарындары журналдағы поэзияның негізгі тақырыптық өзегіне айналды.

Журналдағы өлеңдердің публицистикалық сипаты олардың көркемдік табиғатымен етене ұштасқан. Мұндағы деректілік өлеңдегі оқиғаның нақты тарихи фактімен сөзсіз сәйкес шығуында емес, сол өлеңдердің өз дәуіріндегі ауыр ахуалмен тікелей үндесуінде жатыр. Яғни соғыс, легионерлік орта, туған жерден көз жазу, бостандық аңсары – журнал поэзиясының ішкі өзегін құраған мәселелер. Сондықтан өлеңдегі лирикалық кейіпкердің көңіл күйін автордың жеке өмір кешуіне тікелей теңестіруден гөрі, оның нендей тарихи жағдайда қандай ортаға үн қатып отырғанына назар салу маңызды.

Осы тұрғыдан алғанда, «ел», «жер», «Түркістан», «еркіндік», «азаттық» сияқты ұғымдар жеке адамның сағынышын білдіретін поэтикалық бейне күйінде ғана қалмайды. Олар отанынан шалғай жүрген жауынгердің ортақ мұратын, саяси үмітін және азаматтық ұстанымын білдіретін мағыналық тірекке айналады. Яғни өлеңдегі сағыныш жеке

сезімнен басталғанымен, журнал кеңістігінде ол ұлттық еркіндік идеясына ұласып, қоғамдық мән алады.

Мұндай өлеңдердің кімге бағытталғаны және қандай қызмет атқарғаны журналдың өз редакциялық ұстанымынан да көрінеді. Алғашқы бағдарламалық мақалада басылымның міндеттерінің бірі жастарға «милли тәрбие» беру деп көрсетілсе, кейінгі «Алтайдан Еділге, Сібірден Хорасанға!» мақаласында Түркістандағы жұрттың журналдағы «патриоттық, ерлік, еркін жырларды» естіп, рухтанып, әрекетке әзір болуы көзделетіні ашық айтылады (Қаюм-Хан, 1943, p. 9; «Алтайден Еділге, Сібірден Хорасанға», 1943, pp. 5-8). Міне, осы ұңғымен үңілгенде, журналдағы поэзия тек көркем сезімнің көрінісі емес, оқырманды ортақ мұратқа үндейтін, тарихи жадты тірілтетін және ұлттық еркіндік идеясына ұйытатын көркем туындылар бола отырып, публицистикалық қызмет те атқарды.

«Алатау» өлеңінде туған жер бейнесі алыста қалған жұртпен қоса еркіндік аңсарының көркем нышаны ретінде суреттеледі:

«Япырай, Алатауға салсам ойнақ,
Ән шырқап, азаттықта жүрсем ойнап.
Қайтпаған қиялдан қыран болып,
Алатау өзендерін жүрсем бойлап» (Лег. Әскері: С., 1943, p. 51), – деген жолдар туған жерге оралуды жай сағыныш күйігінде емес, еркіндікпен қайта қауышу ынтызарымен етене сабақтастырады. Мұнда «Азаттық», «қыран», «Алатау» тәрізді бейнелер туған жерді суреттеуге ғана қолданылған жай ұғымдар емес. Өлеңдегі Алатау – алыста қалған ата жұрттың, қыран – еркіндіктің, ал азаттық жоғалған елдіктің символына айналып тұр. Сондықтан туған жерге деген сағыныш мұнда жеке адамның көңіл күйінен кеңірек мәнге ие болып, елдің еркіндігі туралы оймен астасады.

Мұндай сарын Зарлықтың «Бурабай» (Зарлық, 1943) өлеңінен де анық көрінеді. Ақынның «Туған жер, шалқып өскен еркің қайда? / Құлпырған масатыдай көркің қайда?» деген сауалы табиғат көркін жырлаудан гөрі туған елдің бұрынғы еркін қалпын аңсауға жақын. «Еркің қайда?» деген жол осы өлеңнің мағыналық салмағын да мейлінше айқындайды. Ал Сайранның «Жас жапырақ» (Сайран, 1943) өлеңіндегі «Аттап басып, алып орын туған елдің шетінен / Құлармын ба, сүйер ме жел ұланының бетінен» деген тармақтардан пұшаймен хал мен ынтық сезімнің табы білінеді. Жат жерде жүрген жауынгер туған топырақ қайта жетуді армандайды. Мысалға алынған екі өлеңнің поэтикалық өрнегі екі бөлек болғанымен, түйісетін ортақ тұсы – туған топырақ. Аталмыш ой жүлгесінде ата жұрт – алыста қалған мекен ғана емес, қайта оралу қажет рухани тұғыр, ұлттық кеңістік. «Милли адабияттың» мұндай өлеңдерінде сағыныш ұшталып барып, бірте-бірте елдік мұрат пен азаттық аңсарына ұласады.

Бұл өлеңдердегі публицистикалық сарын, ең алдымен, жеке сезімнің қоғамдық ойға ұласуынан көрінеді. Лирикалық кейіпкер туған жерді сағынған адамның ішкі күйін жеткізеді. Бірақ бұл сағыныш жай ғана жеке мұң болып қалмайды. Соғыс, жат жердегі өмір, елден айырылу, еркіндікке ұмтылу және атамекенге қайта оралу арманымен астасып, кеңірек мағына алады.

Осы тұрғыдан «Алатаудағы» азаттық аңсары, «Бурабайдағы» «Еркің қайда?» деген сауал, «Жас жапырақтағы» туған жұртқа қайта табан тіреу тілегі лирикалық толғаныстан қоғамдық-азаматтық ойға қарай ойысады. Мұндағы үндеу бір ғана автордың жеке басына арналмаған. Ол соғыс жағдайында жүрген түркістандық оқырманға ел мен жерді ұмытпау, ұлттық тұтастықты сезіну, азаттық мұратын санада сақтау идеясын жеткізеді.

Сондықтан бұл туындылар жанрлық табиғаты жағынан өлең болғанымен, атқарған қызметі жағынан публицистикаға жақындайды. Олар тарихи ахуалды бағалайды, ұлттық сананы нықтайды, оқырманды ортақ мұрат төңірегіне топтастыруға ұмтылады. Яғни журналдағы поэзия көркем сезімді ғана емес, сол дәуірдің қоғамдық мұратын да жеткізіп тұр.

Бұл ерекшелік журналдың кеңестік майдандық баспасөзден айырмасын да айқынырақ көрсетеді. Қазақ тіліндегі кеңестік майдандық газеттердің алдына қойылған міндет басқа еді. И. Панфилов атындағы 8-гвардиялық дивизияның «Отан үшін» газетінен бастап, мұндай басылымдар жауынгерді саяси тұрғыдан тәрбиелеуге, соғыс ісіне үйретуге және майдандағы ерлік үлгілерін насихаттауға бағытталды (Бекхожин, 1981, pp. 214-215). Яғни олардың мазмұнында жауынгердің жеке сезімі де, ұлтаралық қарым-қатынас та кеңестік Отанды қорғау идеясына бағындырылды.

Н. Айтмағамбетовтің «Достық» мақаласы осы ұстанымды дөп көрсетеді. Автор пулемет расчетінің құрамында соғысқан қазақ, белорус, өзбек және мари жауынгерлерінің өзара жақындығын олардың ортақ әскери міндетімен байланыстырады: «Біздерді жақын ететін, достығымызды күшейте түсетін зор күш – Отанды сүю, жауды жек көру сезімі», – деп жазады ол (Айтмағамбетов, 1942). Бұл үзіндіде жауынгерлік рух кеңестік көпұлтты бірлік және ортақ Отанды қорғау ұранынан тамыр тартады.

Ал «Милли адабияттағы» жұмылдыру сипаты басқа арнада өрбиді. Мұнда оқырман кеңестік Отан ұғымына емес, отарлық езгіден босайтын Түркістан идеясына, туған жерге сағынышқа және елден жырақтағы ұлт перзентінің ішкі сертіне жұмылдырылады. Бұл сарын «Сырға сәлем» өлеңінде де көрінеді. Лирикалық кейіпкердің «Қасыңнан тағдыр айдап кетіп шетке, / Мен балаң бүгін саған жыр арнаған» деуі эмиграциялық тағдырды айны қатесіз аңдатса, «Бір саған бостандықты жүрмін тілеп» деген жолдар туған жер сағынышының азаттық мұратымен етене тұтасып кеткенін көрсетеді. Өлеңнің кейінгі тұсында бұл сезім «тар тұрмыстың темір торын» бұзуға бел буған күрес сертіне ұласқан.

Екі мәтінде де соғыс жағдайында рух көтеру міндеті бар. Алайда бірінде бұл міндет кеңестік Отанды қорғау идеясымен ұштасса, екіншісінде Түркістанды азат ету және ұлттық жадты тірілту мұратымен сабақтасады. «Достық» мәтінінде жауынгер бейнесі кеңестік әскери-саяси тәртіп, майдандағы ұлттар бірлігі және фашизмге қарсы ортақ күрес аясында сомдалса, «Сырға сәлемде» түркістандық жауынгердің ішкі әлемі туған жер, ана, азаттық және тарихи әділет ұғымдарымен өріледі.

Журналдың кеңестік әдеби саясаттан өзгеше ұлттық-мәдени канон қалыптастыруға ұмтылысы да осы тұста айқындалады. Бағдарламалық мақалада және өзге де материалдарда кеңестік кезеңде шеттетілген немесе қуғындалған қаламгерлердің есімі Түркістанның ұлттық жадын сақтаған тұлғалар қатарында аталады. Ахмет Байтұрсынұлы, Мағжан, Фитрат, Шолпан сияқты қаламгерлердің бір арнада берілуі журналдың әдебиетті саяси-рухани әрекет есебінде түсінгенін ашықтайды.

Журнал бұл тұлғалардың есім-сойын, шығармашылық мұрасын жаңғырту арқылы кеңестік ресми каноннан тыс қалған ұлттық жад кеңістігін қалпына келтіруге әрекет етті. Осы тұста «Милли адабияттың» «Яш Түркістанмен» идеялық сабақтастығы байқалады. «Яш Түркістан» Түркістан тәуелсіздігі идеясын саяси-публицистикалық тілде жүйелесе, «Милли адабият» сол идеяны соғыс жағдайында әдеби-мәдени формада жалғастырды. Бұл сабақтастық «Милли адабият», «Түркістан милли жазушылар бірлігінің программа уә устав жоба-лайһасы» және «Алтайдан Еділге, Сібірден Хорасанға» сияқты

материалдармен дәлелденеді. Осы тұрғыдан «Милли адабиятты» «Яш Түркістанның» тікелей көшірмесі емес, оның саяси-публицистикалық идеясын жаңа тарихи ортада әдеби-мәдени тілмен жалғастырған басылым деп бағалауға толық негіз бар.

Басылымның тілдік-стильдік табиғаты да оның тұтас Түркістан аудиториясына бағытталғанын көрсетеді. Журнал тілінде түркі тілінің қазақ, өзбек, қырғыз, түркімен элементтері және эмиграциялық ортаға тән ортақ түркілік қолданыстар аралас кездеседі. «Әдәбият», «мәжмуа», «мұхарир», «міллій», «азатлық», «күрәш» сияқты сөздер басылымдағы ортақ саяси-мәдени лексиканың өзегін құрайды. Стильдік тұрғыдан журналда публицистикалық-үндеу, әдеби-лирикалық және талдамалы-сыншылдық қабаттар қатар көрінеді. Бұл ерекшелік «Милли адабияттың» бір мезгілде әдеби журнал, публицистикалық мінбер және мәдени-идеологиялық бағдар ұсынған басылым болғанын уәждейді.

Сонымен бірге «Милли адабияттың» тарихи табиғаты қайшылықты. Ол ұлттық әдеби мұраны сақтауға, қуғындалған қаламгерлерді әдеби айналымға қайта қосуға және Түркістан әдеби кеңістігін қалыптастыруға ұмтылды. Алайда басылым нацистік Германия үстемдік құрған саяси-институционалдық ортада жарық көрді. Сондықтан журналды ғылыми тұрғыдан бағалауда оның әдеби-мәдени құндылығы мен тарихи-саяси қайшылығы қатар қарастырылуы тиіс.

Жоғарыдағы талдау «Милли адабияттың» тарихи тұрғыдан проблемалы саяси жағдайда туғанымен, Түркістан эмиграциясының әдеби жадын сақтаған маңызды дереккөз сипатын айқындайды. Журнал материалдары соғыс жылдарындағы Түркістан эмиграциясының өзін-өзі қалай танығанын көрсетті. Атап айтқанда, ол өткенін ортақ әдеби мұра арқылы елестетті, тұлғалар шоғыры арқылы тарихи жалғастық түзді, кеңестік әдеби саясаттан өзгеше ұлттық-мәдени бағдар ұсынды және жіктелген ұлттық әдебиетті тұтас Түркістан кеңістігінің ажырамас бөлігі ретінде орнықтырды. Осы себепті «Милли адабият» эмиграциялық ортадағы тарихи жадтың, саяси үміттің және өзін-өзі сақтаудың күрделі дереккөзі санатында бағалануы қажет.

Қорытынды

Зерттеу нәтижелері II дүниежүзілік соғыс жылдарындағы қазақ баспасөзін тек кеңестік майдандық газеттер аясында қарастыру жеткіліксіз екенін көрсетті. 1943-1945 жылдары жарық көрген «Милли адабият» журналының қолда бар сандары осы кезеңдегі Түркістан баспасөзі тарихының Кеңес аумағынан тыс қалыптасқан күрделі арнасын айқындады. Басылымның ұзақ уақыт ғылыми айналымнан шет қалуына оның соғыс тұтқындары, «Түркістан легионы» және эмиграциялық саяси ортаға қатысты даулы тарихи жағдайы әсер етті.

«Милли адабияттың» ғылыми маңызы оның соғыс жағдайындағы ұлттық-публицистикалық ойды, эмиграциялық баспасөз тәжірибесін және тұтқындар ортасындағы рухани ізденісті танытуымен айқындалады. Кеңестік майдандық газеттердің негізгі міндеті жауынгерлерді кеңестік отаншылдық рухта жұмылдыру болса, «Милли адабият» мүлде басқа саяси және мәдени ортада жарық көрді. Отанынан жырақта жүрген түркістандық сарбаздарға арналған журнал ел мен жер туралы түсінікті, тарихи жадты, ұлттық танымды сақтауға басымдық берді. Оның беттеріндегі Түркістан, түркі бірлігі, тарихи тұлғалар мен әдеби мұраға қатысты материалдар осы бағытты айқын аңғартады. Сондықтан «Милли адабиятты» кеңестік майдан баспасөзінің

қатарында қарастырудан гөрі, соғыс жылдарында шетелде қалыптасқан қазақтілді эмиграциялық-публицистикалық баспасөздің бір көрінісі деп бағалау орынды.

Журналдың публицистикалық мазмұны әртүрлі жанр түрінде көрінді. Қолда бар сандарды сараптағанда, басылымда бағдарламалық және талдамалы мақалалар, әдеби-сын зерттеу мақалалары, портреттік және проблемалық очерктер, эссе сипатындағы мәтіндер кездесетіні байқалды. Бағдарламалық мақалалар журналдың ұстанымы мен идеялық бағытын айқындаса, әдеби-сын және талдамалы көсемсөздер ұлттық әдеби мұраны тарихи, қоғамдық маңызы тұрғысында түсіндіруге қызмет етті. Портреттік очерктерде Абылай, Сұлтан Шәңгерей, Мағжан, Мұстафа Шоқай секілді тұлғалардың өмір жолы мен ел жадындағы орны дерек пен дәйек, авторлық пайым арқылы ашылды. Ал проблемалық очерктер жеке адамның тағдырын алға тарта отырып, кеңестік қоғамдағы саяси және әлеуметтік қайшылықтарды көрсетуді көздеді. Осындай әртүрлі публицистикалық жанрлар «Милли адабияттың» әдеби журнал болумен қатар, көсемсөзге тән талдау, бағалау, түсіндіру және қоғамдық ойға қозғау салу міндеттерін де қатар атқарғанын нақтылайды.

Журналдың мазмұндық сипатын айқындайтын белгінің бірі – Түркістан халықтарының әдеби мұрасын өзара сабақтас, біртұтас рухани кеңістік мәнінде танытуы. Басылым бетінде Абай, Ахмет, Мағжанмен қатар Науаи, Фитрат, Шолпан мұрасының қатар берілуі осы пайымға иландырады. Мұндай таңдау редакцияның сол уақыттағы Түркістаннан «отау» болып бөлінген жекелеген республикалардың әдеби шеңберінен шығып, Түркістан халықтарына ортақ тарихи-мәдени мұраны алға шығаруға ұмтылғанын паш етеді. Соның нәтижесінде журнал кеңестік республикалық әдеби каноннан өзгеше рухани бағдарды ортаға алып шықты. Онда Түркістан тұтастығы, түркі бірлігі және бостан Түркістан идеясы өзара сабақтасқан бір бүтін ұғым күйінде көрінді. Бұл арқылы «Милли адабият» эмиграция кеңістігінде өзіне дейін жарық көрген «Яш Түркістан» журналының ұстанымын жалғастырды.

Журналдағы поэзия да осы идеялық кеңістіктің маңызды бөлігі болды. Бұл өлеңдер көркем әдебиет үлгісі болғанымен, соғыс пен отаннан жырақ жүрген ортада публицистиканың да жүгін қоса көтерді. Ондағы лирикалық толғаныс азаматтық үнмен біте қабысып, оқырманның тарихи жадын оятуға, ұлттық тұтастық сезімін бекітуге және оны ортақ мұратқа жұмылдыруға қызмет етті.

Алайда «Милли адабияттың» осы мазмұнын оның жарық көрген саяси ортасынан бөле қарастыра алмаймыз. Журнал Екінші дүниежүзілік соғыс кезінде Берлинде, Түркістан Милли Комитетінің бағдарламасы аясында және нацистік Германияның саяси-насихат жүйесі үстемдік еткен жағдайда жарық көрді. Сондықтан басылымның ұлттық әдебиет пен тарихи жадты жаңғыртуға бағытталған мазмұнын зерделеумен қатар, оның пайда болуына әсер еткен саяси ортаны да назардан тыс қалдыруға болмайды. Осы екі қыр қатар қарастырылғанда ғана «Милли адабияттың» соғыс жылдарындағы күрделі әрі қайшылықты табиғаты толық ашылады.

Дегенмен журналды тек осы саяси контекспен шектеу де дұрыс емес. Мұндай сыңаржақ таным оның әдеби-мәдени мазмұнын, эмиграциядағы ұлттық мұраны қайта айналымға қосу әрекетін және Түркістан идеясының әдеби формада жалғасуын өз биігінде бағалауға көлеңке түсіреді. Сондықтан «Милли адабият» әрі проблемалы тарихи жағдайда туған басылым, әрі эмиграциялық ортадағы ұлттық жадты сақтаған маңызды мәдени мінбер ретінде бағалануға тиіс.

Алдағы зерттеулерде «Милли адабияттың» барлық қолжетімді сандарын толық мәтіндік айналымға енгізу, авторлық құрамын нақтылау, бүркеншік есімдерді анықтау, журналдағы қазақ, өзбек, қырғыз және өзге түркістандық әдеби мәтіндердің арақатынасын салыстырмалы тұрғыдан талдау қажет. Сондай-ақ басылымды «Яш Түркістан», «Иени Түркістан», «Милли Түркістан», «Янги Түркістан» және соғыс жылдарындағы өзге эмиграциялық баспасөз нұсқаларымен сабақтастыра, салғастыра қарастыру шетелдегі Түркістан баспасөз тарихының әлі толық анықталмаған ақтаңдақтарын тереңірек тануға жол ашады.

Авторлар үлесі:

Сәйдірахман Ұ. – хат-хабар авторы. Ғылыми мақаланың зерттеу тұжырымдамасын әзірлеуге, дереккөздерді жинау мен талдауға және мақаланың негізгі мәтінін жазуға жауапты болды.

Аубакирова К. – екінші автор. Зерттеу әдіснамасын нақтылауға, мәтінді ғылыми редакциялауға және сызбаларды ғылыми тұрғыдан тақырыпқа сай жүйелеуге үлес қосты.

Алғыс білдіру

Зерттеу Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің AP25796077 «Қазақ эмиграциялық баспасөзінің интеллектуалды дискурсты қалыптастырудағы рөлі» гранттық қаржыландыру ғылыми жобасы аясында жүргізілді.

Мүдделер қақтығысы

Авторлар мүдделер қақтығысының жоқ екенін мәлімдейді. Мақаланы дайындау, деректерді талдау және қорытындыларды тұжырымдау барысында авторлардың ғылыми пайымына әсер ететін өзге мүдделер болған жоқ.

Әдебиеттер тізімі

Айтмағамбетов, Н. (1942) «Достық», Отан үшін, 12 сентябрь.

«Алтайден Еділге, Сібірден Хорасанға» (1943) Милли адабият, 2, pp. 3-8.

Anderson, B. (2006) Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Revised edn. London and New York: Verso.

Assmann, J. and Czaplicka, J. (1995) 'Collective Memory and Cultural Identity', New German Critique, 65, pp. 125-133. doi: https://doi.org/10.2307/488538.

Бекхожин, Х. (1981) «Қазақ баспасөз тарихының очеркі». Алматы: Мектеп.

Жақып, Б. (2007). Публицистикалық шығармашылық негіздері: оқулық. Алматы: Қазақ университеті. 486 б.

Hagen, J.M. (1997) 'Read All about It: The Press and the Rise of National Consciousness in Early Twentieth-Century Dutch East Indies Society', Anthropological Quarterly, 70(3), pp. 107-126. doi: https://doi.org/10.2307/3317671.

Хальбвакс, М. (2007) «Социальные рамки памяти». Пер. с фр. и вступ. ст. С.Н. Зенкина. Москва: Новое издательство.

Исқақова, Н.С. (2015) «Ұлы Отан соғысы жылдары майдандағы қазақстандық жауынгерлердің моральдық рухын көтерудегі ана тілінің рөлі», in 70 лет Великой Победы: преемственность боевого опыта и методология современного применения: сборник

материалов международной научно-практической конференции. Ч. 2. Петропавловск: Военный институт Национальной гвардии Республики Казахстан, pp. 97-102.

Көлбаев, Т. (2012) «Майдандағы қазақ газеттерінің шежіресі», Алаш айнасы, 9 мамыр, № 78.

Козыбаев, С. (2010) «Опаленная войной: казахская фронтовая печать». Алматы.

Кузнецов, И.В. (2012) «История отечественной журналистики» (1917-2000). 4-е изд., стер. Москва: Флинта.

Лег. Әскері: С. (1943) «Алатау», Милли адабият, 1, p. 51.

Нұсқабайұлы, Ж., Аллаберген, Қ. және Оразаев, Ф. (2018) «Қазақ журналистикасының тарихы» (1870-2008 жылдар): оқу құралы. Алматы: Білім.

Панченко, А.М. (2025) «Газета на фронте нужна так же, как продовольствие, оружие и боеприпасы»: военная периодическая печать на страницах журнала «Агитатор и пропагандист Красной армии» (1941-1945 гг.)», Книга. Чтение. Медиасреда, 3(2), pp. 101-114. doi: https://doi.org/10.20913/BRM-3-2-1.

Қаюм-Хан, В. (1943) «Милли адабият», Милли адабият, 1, pp. 1-3.

Қобызшы Қорқыт (1943) «Абайдың әдеби реформасы», Милли адабият, 1, pp. 11-18.

Рожков, А.В. (1998) «Тенденции развития военной печати Республики Казахстан»: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Алматы.

Sadykov, N. (2016) 'Milli Turkistan Journal's Ideological Approach', Mediterranean Journal of Social Sciences, 7(1 S1), pp. 86-90. doi: https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n1s1p86.

Сәйдірахман, Ұ. (2017) «Ұмыт қалған «Ұлттық әдебиет», Тарих порталы, 22 қыркүйек. [Онлайн] Қолжетімді: https://el.kz/umit_kalgan___ulttik_adebiet___25385/ (қаралған күні: 23 May 2026).

Сәйдірахман, Ұ. (2025) «Милли адабият» журналындағы өлім мотиві: тарихи-контекстуалдық және поэтикалық талдау', in O. Yılmaz, N. Şabdanaliyev and M. Aslan (eds.) Dr. Yakup Ömeroğlu anısına X. Genç Türkologlar Sempozyumu: bildiriler kitabı. Bishkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, pp. 607-610.

Сәйдірахманұлы, Ұ. (2016a) «Еуропадағы қазақ басылымы туралы кейбір ойлар», ЖКП Іле облыстық партия мектебінің ғылыми журналы, 1, pp. 59-63.

Сәйдірахманұлы, Ұ. (2016b) «Яш Түркістан», «Милли адабият» журналдарын зерттеудің маңызы мен мәні», Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ хабаршысы, 1(110), pp. 342-346.

Сайран (1943) «Жас жапырақ», Милли адабият, 5, p. 59.

Smagulova, S. (2017) «Türkistan Lejyonu ve Milli Türkistan Dergisi», in Doğumunun 100. Yılında Baymirza Hayit ve Günümüzde Türkistan Tarihi Araştırmaları Uluslararası Sempozyumu Bildirileri, 9-10 Ekim 2017. İstanbul: Türk Dünyası Belediyeler Birliği Yayınları, pp. 169-176.

«Түркістан милли жазушылар бірлігінің программа уә устав жоба-лайһасы» (1943) Милли адабият, 1, pp. 59-63.

Зарлық (1943) «Бурабай», Милли адабият, 4, pp. 50-52.

У. Сайдирахман[1]*, К. А. Аубакирова[2]

[1, 2] НАО «Университет Шакарима», Высшая школа образования, Семей, Казахстан

Журнал «Милли адабият»: литературно-публицистический канал казахской эмиграционной печати в годы второй мировой войны

Аннотация. В статье рассматривается место журнала «Милли адабият», издававшегося в Берлине в годы Второй мировой войны, в истории казахской эмигрантской печати. Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать данное издание как литературно-публицистический канал, сформировавшийся вне советской фронтовой прессы, и определить его тематико-идейную направленность, жанровую структуру и роль в сохранении национальной памяти. Научная значимость исследования определяется тем, что «Милли адабият» рассматривается как своеобразный образец казахской публицистики военного времени, сложившийся в эмигрантско-легионерской среде. Практическая значимость работы связана с возможностью использования материалов журнала в качестве источника при изучении истории казахской печати, эмигрантской литературы и проблем туркестанской периодики. Источниковую базу исследования составили доступные на сегодняшний день № 1-8 журнала. В статье применены источниковедческий, историко-контекстуальный, содержательный, жанрово-структурный и сравнительно-исторический методы анализа. В результате исследования установлено, что, несмотря на литературный характер названия, «Милли адабият» по своему содержанию выполнял прежде всего национально-публицистическую функцию. В журнале идеи родины, народа, земли, исторической памяти, тюркского единства, духовного наследия и свободы раскрывались через художественные тексты, публицистические материалы, песенно-нотные образцы, переводы и литературно-познавательные статьи. Журнал осмысливается, с одной стороны, как издание, возникшее в исторически противоречивых условиях, а с другой – как важный культурный источник, сохранивший национальную память в эмигрантской среде.

Ключевые слова: журнал «Милли адабият», фронтовая печать, казахская публицистика, эмигрантская печать, туркестанские легионеры, Туркестанский Национальный Комитет, национальная память.

U. Saidirakhman *[1], K.A. Aubakirova[2]

[1,2] Shakarim University, Graduate School of Education, Semey, Kazakhstan

The Journal Milli Adabijat (Adabiat): A Literary and Publicistic Platform of the Kazakh Émigré Press during the Second World War

Abstract. This article examines Milli Adabiyat, a journal published in Berlin during the Second World War, and its place in the history of the Kazakh émigré press. The study considers the journal as a literary-publicistic platform that developed outside the Soviet frontline press and explores its thematic focus, ideological direction, genre structure, and role in sustaining national memory. Its scholarly value lies in interpreting Milli Adabiyat as a distinct form of Kazakh publicistic writing shaped by the wartime émigré-legionary milieu. The study is based on the available issues of the journal, Nos. 1–8, and employs source-study, historical-contextual, content, genre-structural, and comparative-historical methods. The findings show that although Milli Adabiyat was formally presented as a literary journal, its content served a broader national-publicistic purpose. Through literary works, essays, notated songs, translations, and educational materials, the journal addressed themes of homeland, nation, land, historical

memory, Turkic unity, spiritual heritage, and liberation. It is therefore viewed both as a product of a contradictory wartime context and as an important cultural source that helped preserve national memory in exile.

Keywords: Milli Adabiat/ Milli Adabijat journal, frontline press, Kazakh publicistic writing, émigré press, Turkestan legionaries, Turkestan National Committee, national memory.

References

Aitmagambetov, N. (1942) 'Dostyq [Friendship]', Otan ushin [For the Motherland], 12 September. [in Kazakh].

'Altaiden Edilge, Sibirden Khorasanga [From Altai to the Volga, from Siberia to Khorasan]' (1943) Milli adabiiat [National Literature], 2, pp. 3-8. [in Turkic/Kazakh].

Anderson, B. (2006) Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Revised edn. London and New York: Verso.

Assmann, J. and Czaplicka, J. (1995) 'Collective Memory and Cultural Identity', New German Critique, 65, pp. 125-133. doi: https://doi.org/10.2307/488538.

Bekhozhin, Kh. (1981) Qazaq baspasoz tarikhynyn ocherki [Essay on the History of the Kazakh Press]. Almaty: Mektep. [in Kazakh].

Hagen, J.M. (1997) 'Read All about It: The Press and the Rise of National Consciousness in Early Twentieth-Century Dutch East Indies Society', Anthropological Quarterly, 70(3), pp. 107-126. doi: https://doi.org/10.2307/3317671.

Halbwachs, M. (2007) Sotsialnye ramki pamiati [The Social Frameworks of Memory]. Trans. from French and introd. by S.N. Zenkin. Moscow: Novoe izdatelstvo. [in Russian].

Isqaqova, N.S. (2015) 'Uly Otan sogysy zhyldary maidandagy qazaqstandyq zhauyngerlerdin moraldyq ruhyn koterudegi ana tilinin roli [The Role of the Native Language in Raising the Morale of Kazakhstani Soldiers at the Front during the Great Patriotic War]', in 70 let Velikoi Pobedy: preemstvennost boevogo opyta i metodologiia sovremennogo primeneniia. Vol. 2. Petropavlovsk: Voennyi institut Natsionalnoi gvardii Respubliki Kazakhstan, pp. 97-102. [in Kazakh].

Kolbaev, T. (2012) 'Maidandagy qazaq gazetterinin shezhiresi [Chronicle of Kazakh Newspapers at the Front]', Alash ainasy, 9 May, no. 78. [in Kazakh].

Kozybaev, S. (2010) Opalennaia voinoi: kazakhskaia frontovaia pechat [Scorched by War: Kazakh Front-Line Press]. Almaty. [in Russian].

Kuznetsov, I.V. (2012) Istoriia otechestvennoi zhurnalistiki (1917–2000) [History of National Journalism (1917-2000)]. 4th edn. Moscow: Flinta. [in Russian].

Leg. Askeri: S. (1943) 'Alatau', Milli adabiiat [National Literature], 1, p. 51. [in Turkic/Kazakh].

Nusqabaiuly, Zh., Allabergen, Q. and Orazayev, F. (2018) Qazaq zhurnalistikasynyn tarikhy (1870-2008 zhyldar): oqu quraly [History of Kazakh Journalism (1870-2008): Textbook]. Almaty: Bilim. [in Kazakh].

Panchenko, A.M. (2025) '"Gazeta na fronte nuzhna tak zhe, kak prodovolstvie, oruzhie i boepripasy": voennaia periodicheskaia pechat na stranitsakh zhurnala "Agitator i propagandist Krasnoi armii" (1941-1945 gg.) ["A Newspaper at the Front Is Needed as Much as Food, Weapons and Ammunition": Military Periodicals on the Pages of the Journal "Agitator and Propagandist of the Red Army" (1941-1945)]', Kniga. Chtenie. Mediasreda [Book. Reading. Media Environment], 3(2), pp. 101-114. doi: https://doi.org/10.20913/BRM-3-2-1. [in Russian].

Qaium-Khan, V. (1943) 'Milli adabiiat [National Literature]', Milli adabiiat [National Literature], 1, pp. 1-3. [in Turkic/Kazakh].

Qobyzshy Qorqyt (1943) 'Abaidyn adebi reformasy [Abai's Literary Reform]', Milli adabiiat [National Literature], 1, pp. 11-18. [in Turkic/Kazakh].

Rozhkov, A.V. (1998) Tendentsii razvitiia voennoi pechati Respubliki Kazakhstan [Trends in the Development of the Military Press of the Republic of Kazakhstan]: Candidate dissertation in Philology, 10.01.10. Almaty. [in Russian].

Sadykov, N. (2016) 'Milli Turkistan Journal's Ideological Approach', Mediterranean Journal of Social Sciences, 7(1 S1), pp. 86-90. doi: https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n1s1p86.

Saidirakhman, U. (2017) 'Umyt qalgan "Ulttyq adebiet" [The Forgotten "National Literature"]', Tarikh portaly [History Portal], 22 September. Available at: https://el.kz/umit_kalgan___ulttik_adebiet___25385/ (Accessed: 23 May 2026). [in Kazakh].

Saidirakhman, U. (2025) '"Milli adabiiat" zhurnalyndagy olim motivi: tarikhi-kontekstualdyq zhane poetikalyq taldau [The Motif of Death in the Journal "Milli Adabiyat": Historical-Contextual and Poetic Analysis]', in O. Yılmaz, N. Şabdanaliyev and M. Aslan (eds.) Dr. Yakup Ömeroğlu anısına X. Genç Türkologlar Sempozyumu: bildiriler kitabı. Bishkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, pp. 607-610. [in Kazakh].

Saidirakhmanuly, U. (2016a) 'Europadagy qazaq basylymy turaly keibir oilar [Some Thoughts on the Kazakh Publication in Europe]', ZHKP Ile oblystyq partiia mektebinin gylymi zhurnaly [Scientific Journal of the Ili Regional Party School of the CPC], 1, pp. 59-63. [in Kazakh].

Saidirakhmanuly, U. (2016b) '"Yash Turkistan", "Milli adabiiat" zhurnaldaryn zertteudin manyzy men mani [The Importance and Significance of Studying the Journals "Yash Turkistan" and "Milli Adabiyat"]', L.N. Gumilev atyndagy EUU khabarshysy [Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University], 1(110), pp. 342-346. [in Kazakh].

Sairan (1943) 'Zhas zhapyraq [Young Leaf]', Milli adabiiat [National Literature], 5, p. 59. [in Turkic/Kazakh].

Smagulova, S. (2017) 'Türkistan Lejyonu ve Milli Türkistan Dergisi [The Turkistan Legion and the Journal Milli Turkistan]', in Doğumunun 100. Yılında Baymirza Hayit ve Günümüzde Türkistan Tarihi Araştırmaları Uluslararası Sempozyumu Bildirileri, 9-10 Ekim 2017. İstanbul: Türk Dünyası Belediyeler Birliği Yayınları, pp. 169-176. [in Turkish].

'Turkistan milli zhazushylar birliginin programma ua ustav zhoba-laihasy [Draft Program and Charter of the Turkistan National Writers' Union]' (1943) Milli adabiiat [National Literature], 1, pp. 59-63. [in Turkic/Kazakh].

Zarlyq (1943) 'Burabai [Burabay]', Milli adabiiat [National Literature], 4, pp. 50-52. [in Turkic/Kazakh].

Zhakyp, B. (2007) Publitsistikalyq shygarmashylyq negizderi: oqulyq [Fundamentals of Journalistic Creativity: Textbook]. Almaty: Qazaq universiteti. [in Kazakh].

Авторлар туралы мәлімет:

Сәйдірахман Ұ. – хат-хабар авторы, әлеуметтік ғылымдар магистрі, «Шәкәрім университеті» КЕАҚ, Білім берудің жоғары мектебі, Қашаған көшесі, 2, 071402, Семей, Қазақстан.

Аубакирова К.А. – философия докторы (PhD), «Шәкәрім университеті» КЕАҚ, Білім берудің жоғары мектебі, Қашаған көшесі, 2, 071402, Семей, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Сайдирахман У. – автор для корреспонденции, магистр социальных наук, НАО «Университет Шакарима», Высшая школа образования, ул. Кашагана, 2, 071402, г. Семей, Казахстан.

Аубакирова К.А. – доктор философии (PhD), НАО «Университет Шакарима», Высшая школа образования, ул. Кашагана, 2, 071402, г. Семей, Казахстан.

Information about the authors:

Saidirakhman U. – corresponding author, Master of Social Sciences, «Shakarim University», Graduate School of Education, 2 Kashagan Street, 071402, Semey, Kazakhstan.

Aubakirova K.A. – Doctor of Philosophy (PhD), «Shakarim University», Graduate School of Education, 2 Kashagan Street, 071402, Semey, Kazakhstan.

Бас редактор: Қ.Ө. Сақ
Компьютерде беттеген: Ж. Пернебекова

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
Журналистика сериясы.
– 2026. – 3 (156). – Астана: ЕҰУ. – 204 б.
Шартты б.т. – 12,43. Таралымы – сұраныс бойынша.
Электронды нұсқа: http://buljourn.enu.kz

Мәтін мазмұнына типография жауап бермейді

Редакция мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы,
Астана қаласы, Қ. Сәтбаев көшесі, 2.
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Тел.: +7(7172) 709-500, (ішкі: 31-413)