

ӨОЖ17'51

FTAXP 19.31

<https://doi.org/10.48371/PHILS.2025.2.77.012>

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИА: ҚОҒАМ МЕН БИЛІКТІҢ АРАСЫНДАҒЫ КОММУНИКАЦИЯ

* Ормаханова Е.Н.¹, Ким О.Я.²

^{*1} Халықаралық білім беру корпорациясы, Алматы, Қазақстан

² Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және
әлем тілдері университеті, Алматы, Қазақстан

Аңдатпа. Соңғы он бес жылда қарқынды түрде дамыған интернет-кеңістіктің басты мақсаты тек ақпарат алмасу емес, қоғамдық пікірді қалыптастыру және желі қолданушылардың мінез-құлқына әсер ету. Тұлғааралық қатынастың негізгі құралына айналған онлайн-аландар әмбебап интерактивті ортаның дамуына септігін тигізуде. Алыс-жақын қашықтыққа, уақыттың шектеуіне қарамастан түрлі ақпаратты өңдеп, таралу жылдамдығы жоғары деңгейге жеткен әлеуметтік медиа саласы өз оқырмандарымен кері байланысқа шығуды көздейді, себебі әлеуметтік желіде жарияланған әрбір бейне, аудио, сурет, мәтін белгілі стратегия арқылы таралады. Жұмыстың негізгі мақсаты – цифрлық кеңістік жағдайында қоғам мен биліктің арасындағы коммуникативтік стратегияларды ұсыну.

Билік пен қоғамның арасындағы цифрлық коммуникацияны зерттеу мақсатында қолданылған әдіснама — компаративті және мәтіндік талдау. Әлеуметтік және басқаруға арналған мобильді веб-қосымшалар үкімет пен қоғам арасындағы цифрлық байланыстың негізгі құралы ретінде зерттелді. Зерттеудің негізгі бөлігі виртуалды жағдайда тұрақты байланыс арнасы ретінде қарастырылатын цифрлық әңгімелесуге арналды. Цифрлық әңгімелесу мәтіндік және лингвостилистикалық позициясынан зерттелді. Мәтіндерді зерттеу мақсатында автор социолингвистикалық және мультимодалды тәсіл қолданылған сыни дискурс-талдауына жүгінді.

Зерттеу аясында ұсынылған коммуникативтік стратегиялар әлеуметтік желілердің рөлін айқындайды. Түрлі интенцияларды талдау арқылы автор отандық әлеуметтік медианың билік пен халық арасындағы қарым-қатынасына тікелей әсер ететін саяси құрал екенін дәлелдейді. Виртуалды коммуникация процессін жақсартатын тиімді әдістердің бірі ретінде

1 Цифровой Казахстан: трансформация посредством современных технологий <https://primeminister.kz/ru/news/tsifrovoy-kazakhstan-transformatsiya-posredstvom-sovremennih-tehnologii-16093>

2 Цифровой Казахстан: трансформация посредством современных технологий <https://primeminister.kz/ru/news/tsifrovoy-kazakhstan-transformatsiya-posredstvom-sovremennih-tehnologii-16093>

шенділердің халықпен кері байланысқа шығуы зерттеу нәтижесінде көрсетілген. Автор ұсынған стратегиялар қоғамдық пікірдің қалыптасуына ықпал етеді әрі жаңа тактикалардың пайда болуына алып келеді.

Автордың билік пен қоғам арасындағы коммуникацияның өзгеріске ұшырау себептерін цифрлық кеңістіктің шексіздігімен байланыстыруы зерттеудің құндылығын арттырады. Зерттеудің ғылыми маңыздылығы отандық әлеуметтік медианы тек цифрлық әңгімелесу құралы ретінде қарастыру емес, ақпаратты өңдеу, тарату, алмасу және қоғамдық пікірді қалыптастыратын виртуалды жүйені талдау мүмкіндігінде жатыр. Билік өкілдерінің цифрлық коммуникация жағдайында қолданатын стратегияларды сипаттау, цифрлық медиадискурстың ақпарат алмасу арналарын қарастыру, цифрлық кеңістікке тән тілдік ерекшеліктерді анықтау зерттеудің практикалық маңыздылығын көрсетеді.

Тірек сөздер: медиадискурс, қазақстандық блогосфера, цифрлық әңгімелесу, әлеуметтік медиа, билік, қоғам, медиакеңістік, виртуалды коммуникация

Кіріспе

Қазіргі таңда электрондық коммуникация жүйесі қоғамдық-саяси байланыстарды орнату мен басқарудың жаңа деңгейіне көтерілуде. Соңғы он жылда Қазақстанда орын алған мемлекеттік веб-қосымшалардың эволюциясы мемлекеттік ұйым өкілдерінің виртуалды байланысқа көшу үрдісімен байланысты. 2017 жылдың желтоқсан айында бекітілген «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы цифрлық технологияларды енгізу арқылы еліміздің әрбір тұрғынының өмір сүру деңгейін арттыруға бағытталған маңыздылығы жоғары кешенді стратегия жүзеге асырылуда³. Виртуалды байланыстың кеңінен таралуы блогосфераның жедел дамуы мен әлеуметтік желі қолданушылары конгломератының қалыптасуына алып келді. Демек, сан түрлі байланыс арналарының арасында қоғамдық санаға әсер ету құралы ретінде әлеуметтік медиа алаңдарға басымдық берілген. Сонымен қатар, интернет-технологиялардың дамуымен мемлекеттік процестердің тиімділігі арта түскенін айта кеткен жөн. Цифрлық әлемдегі жетістіктер ел экономикасының дамуына орасан зор үлес қосып, жаңа прогресс деңгейіне көтерілгенін байқаса болады. Алайда трансформацияға ұшыраған цифрлық ортаның жағымсыз факторы ретінде шындықтың бұрмаланып жетуін атап өту қажет. Заманауи коммуникациялық технологиялардың дамуы билік пен бизнес өкілдері үшін өзара байланыс орнататын алаңдардың пайда болуына себеп болды. Цифрлық жағдайда коммуникация орнату процесі аз уақытта іске асады, себебі желі қолданушылар контентті дербес әзірлейді және өз

3 Цифровой Казахстан: трансформация посредством современных технологий <https://primeminister.kz/ru/news/tsifrovoy-kazahstan-transformatsiya-posredstvom-sovremennih-tehnologii-16093>

оқырмандарымен бөлісіп отырады. Бұл жағдайда мемлекеттік ұйымдар ақпараттық қауіпсіздікке басымдық беріп жіті бақылауда ұстайды.

Ғылыми мақалада блогосфера қоғам мен билік арасында байланысты орнататын бірегей виртуалды алаңыла ретінде қарастырылады. Ақпаратты жедел тарату заманда билік пен халықтың арасындағы қарым-қатынас түбегейлі өзгерістерге ұшырағанын байқаса болады. Бұл жағдайда БАҚ өкілдері мен сараптамалық жұмыстармен айналысатын қауымдастықтар арасындағы коммуникация стратегиясы маңызды рөл атқарады. Зерттеу барысында әлеуметтік желілер негізінде кейстерді іріктеу келесі талаптар бойынша іріктелді: маңыздылығы жоғары әлеуметтік тақырып, әлеуметтік желі қолданушысының мәртебесі, жазбаның астында қалдырған пікірлердің мазмұны, бағалау көрсеткіші (лайк/дизлайк, пікірлер саны).

Әлеуметтік желілер қазіргі уақытта ең үлкен байланыс арналарының бірі болып табылады. Мемлекеттік және жергілікті билік органдардың назары халықпен коммуникация құрудағы жаңа бағытқа ерекше мән беруі де осы себептермен байланысты. Виртуалды алаңдар әлеуметтік маңыздылығы жоғары шешімдерді қабылдауда жоғары дәрежеде ашықтықты сақтауға мүмкіндік береді. Зерттеудің өзектілігі әлеуметтік медиа арқылы биліктің бейнесін қалыптастырумен тікелей байланысты. Танымал тұлғалардың, партиялардың, қоғамдық немесе муниципалдық өкілдердің блогтары, қауымдастықтар мен форумдар арқылы қоғам әлеуметтік маңыздылығы жоғары процестерге баға беріп, өз пікірлерін жеткізуге тырысады. Дәстүрлі БАҚ бұрынғы коммуникация әдістерін сақтай отырып, интернет кеңістігіне де бейімделуде. Цифрлық медианың жаңа функцияларын меңгерудің тағы бір маңыздылығы келесі себептерге байланысты: 1. БАҚ және билік өкілдері коммуникатор ретінде ақпаратты тұтынушыға өз бетінше өңдеп жеткізеді; 2. Реципиент ретінде билік тарапынан қабылданған шешімдерге қатысты қоғамның реакциясын зерттейді.

Виртуалды әлемнің қарқынды түрде дамуы әлеуметтік желі қолданушыларын біріктіретін конгломераттың қалыптасуына алып келді. Соңғы он жылдықта интернет байланыс жүйесі жаһандық сипатқа ие болды. Халыққа, әсіресе жас ұрпаққа әсер етудің ең тиімді құралы ретінде әлеуметтік желі алаңдары жиі таңдалады. Бүгінде виртуалды коммуникация қоғамдық-саяси байланысты орнату мен басқарудың жаңа деңгейіне көтерілуде. Қазақстанда мемлекеттік веб-қосымшалардың пайда болуы және олардың таралуы мемлекеттік ұйымдардың жұмысына әсер етті. Адресат пен адресант арасындағы хабар алмасу процессін жеңілдетумен бірге виртуалды диалог билік дискурсының әлдеқайда күрделі болатынын көрсетті, себебі рөлдік қатынастардың дәстүрлі типтері өзгеріске ұшырады.

Мемлекеттік және жеке тұлғалардың мобильді қосымшалары — онлайн форматтағы коммуникацияға түсіп, халық пен билік арасындағы

«көпір» рөлін атқарды. Қазіргі таңда чат-боттар, SIRI сияқты цифрлық тұлғалар тірі жандармен күнделікті коммуникация құрып жатыр. Сондықтан лингвистика саласында виртуалды коммуникацияға байланысты көптеген тақырыптар зерттелуде. Дәстүрлі ақпарат тарату арналармен салыстырғанда цифрлық жағдайдағы коммуникация интернет қолданушылары үшін тұрақты байланыс арнасына айналды. Ал интернет пайдаланушыларын қызықтыратын (жұмыс үдерісі, жеке басына қатысты себептер және т.б.) тақырыптар желілік диалогтың негізін құрайды. Веб-қосымшалар арқылы алуға болатын мемлекеттік қызметтердің тізімі жыл сайын кеңейіп келеді. Мәселен, мемлекеттік қызметтерді көрсету департаментінің директоры Ильдар Үйсінбаевтың айтуынша, 2020 жылы Қазақстан Президентінің тапсырмаларын орындау аясында тізімдегі қызметтердің жалпы санынан 90 пайыздан астам қызмет электронды форматқа көшірілді. 2024 жылға арналған статистикалық көрсеткіштерге сәйкес, eGov.kz порталы мен eGov мобилді қосымшасын пайдаланушылар үйден немесе кеңседен шықпай-ақ онлайн режимде өтініш беру мүмкіндігіне ие. Бұл үкіметпен өзара әрекеттесу процесін айтарлықтай жеңілдетеді. Қазіргі уақытта портал азаматтарға 60 астам қызмет түрін көрсетеді. Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Кемелұлы Тоқаев шенеуніктерге арнаған сөзінде: «Республикалық орталықтар мен жергілікті атқарушы ұйымдар халықпен тікелей жұмыс жасап, кері байланыс орнатуды көздеу қажет. Әлеуметтік желілер негізінде жұмысты атқару — уақыттың талабы. Мемлекеттік қызметкердің құзырындағы мәселелерді талқылау әлеуметтік желілерде белсенді түрде жүзеге асырылғаны дұрыс. Бүгінде дәстүрлі медиамен салыстырғанда, әлеуметтік желілер қоғам үшін негізгі ақпарат көзіне айналды. Нәтижесінде кейбір азаматтар кез келген ақпаратқа сенеді және оны ары қарай талқыға салады. Жалған ақпараттың таралуына жол бермейміз!»⁴. Соңғы бес жылда саясат пен бизнес өкілдері әлеуметтік желілерде жеке аккаунттар ашып, виртуалды әңгімеге белсене араласа бастады.

Халық пен биліктің арасындағы қарым-қатынастың интенцияға түсу форматы да өзгеріске ұшырады. Блогосфера дәстүрлі БАҚ-пен салыстырғанда жоғары бәсекелестікке қабілетті ақпараттық кеңістік болып табылады. Бұған дәлел — ақпарат алмасу үдерісіндегі блогерлердің белсенділігі. Әлеуметтік желі қолданушылары пікірлер көшбасшыларының авторлық блогтарына жиі жүгіну үрдісі байқалады [1, 201 б.]. Цифрлық медианың қызметтік жүйесі әлеуметтік конструктивизмге алып келіп онды нәтиже көрсетуде, алайда виртуалды байланыстың негативті тұстарын да байқауға болады. Қазақстандық сенатор Нұртөре Жүсіп ақпарат

4 Каждый госслужащий должен быть активным в соцсетях Цифровой Казахстан: трансформация посредством современных технологий https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/kajdyiy-gosslujaschiy-doljen-aktivnyim-sotssetyah-tokaev-373886/

алмасудағы әлеуметтік медианың рөлін ескере отырып, дәстүрлі БАҚ әлеуметтік медиаға өз орнын босатып бергенін айтады: «Жүргізушілер арасында жазылмаған бір заң бар: таудан түсіп келе жатқан көлік жоғары өрреалеп келе жатқанға жол береді. Бізде де солай. Әлемде де солай. Қазір ең жедел деген теледидарыңыздың өзі әлеуметтік желіні тұтынып отыр. ХХІ ғасыр бұл тұрғыда ғаламат өзгерістерге тап болды. Ақпарат күйіні әлемді шырқ үйіріп жатыр. Дәстүрлі БАҚ ештеңе ұсына алмайды. Оның қолынан келетіні – аман қалу үшін жанталасу ғана. Надандық үстемдік құрғанда аман қалуының өзі екіталай» [2,71 б.].

Медиадискурс виртуалды шындықтың қалыптасуына тікелей әсер ететіні сөзсіз, сол арқылы жаңа цифрлық қауіптерге жол ашады. Ақпараттың тым көп таралуына байланысты медиадискурс қоғамдық пікірді қалыптастыруда және бұқаралық санаға әсер етуде шешуші рөл атқарады. БАҚ мемлекет пен қоғамдық ұйымдар жүргізетін мәдени саясатта және халықаралық мәдени және саяси қарым-қатынас жүйесінде үлкен маңызды рөл атқарып, айтарлық шешімнің қабылдануына оң әсер етеді [3, 4 б.]. Интернет кеңістігінде жалған ақпарат тарату, өшпенділік тілге толы контенттің көбеюі жайында Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрі Аида Балаева «Фейсбук» әлеуметтік желісіндегі жеке аккаунтында жазба қалдырды: «Мониторинг көрсеткендей, онлайн алаңдарда заңсыз контент немесе қарапайым тілмен айтқанда жалған ақпарат жиі таралады. Осыған байланысты әлеуметтік желілер әкімшілігін жаңалықтар күн тәртібін мұқият бақылауға шақырамын» 1.02.2025.

Материалдар мен әдістердің сипаттамасы

Цифрлық коммуникация стратегияларын зерттеу үшін таңдалған әдістемеге салыстырмалы және лингвистикалық талдау енгізілді. Мемлекеттік және басқару мобильді уеб-қосымшалар үкімет пен қоғам арасындағы цифрлық байланыстың негізгі факторы ретінде қарастырылды. Цифрлық коммуникация тұрақты байланыс түрі болғандықтан виртуалды әңгіме зерттеудің құрылымдық бөлігі ретінде талдау көзіне айналды. Талдау үшін таңдалған материалдар үлгісі ел арасында кеңінен танылған әлеуметтік желімен шектелді. Зерттеудің эмпирикалық негізі ретінде «Фейсбук» әлеуметтік желісінің мәтіндік файлдары, фотосуреттері, аудио және бейне жазбалары қолданылды. Әлеуметтік желілердің прецедентті материалдардың негізінде жүзеге асырылатын саяси цифрлық коммуникация мәтіндік және лингво-стилистикалық талдау тұрғысынан зерттеледі. Виртуалды әңгімелесу мәтіндеріндегі мағыналарды бағалау және транскрипциялау мақсатында семиотикалық талдау қолданылды.

Желілік алаңды таңдау екі негізгі факторларға байланысты: жас аралығы, пайдаланушылардың әлеуметтік мәртебесі. Мақалада әлеуметтік

маңыздылығы жоғары мәселелерді талқылау кезінде контенті диалог құруға бағытталған немесе бағытталмаған пайдаланушылардың жазбалары, репосттары және пікірлері талданады. Мәтіндерді зерттеу мақсатында автор әлеуметтік лингвистиканың әдістерін, мультимодальды тәсіл қолданылған сыни дискурс-талдауын жүргізді. Сонымен қатар, сыни дискурстық талдау қоғамдық идеологияны анықтау және болашақ күн тәртібін белгілеу үшін қолданылады. Әлеуметтік медиа кеңістігінде мазмұнды өңдеу, тарату және тұтыну ережелері белгіленеді. Автор оқиға аспектісінде алынған мәтінді қарастырады. Әлеуметтік медиадискурс фрагменттерінің сапалы талдауы мультимодальды тәсілді көрсету үшін ұсынылған. Зерттеу аясында нақты мәтіндерге егжей-тегжейлі талдау жүргізіліп нәтижелер ұсынылды. Тақырыптық таңдау — қосылған құн салығы (ҚҚС) мөлшерлемесін 20%-ға дейін біртіндеп арттыру мүмкіндігі туралы жаңалық негізгі кейс ретінде қарастырылды. Жаңалық ҚР Ұлттық экономика министрлігінің ресми сайтында, БАҚ беттерінде жарияланып, әлеуметтік желіде де қызу талқыланды.

Интернет-технологиялардың, соның ішінде әлеуметтік желілердің дамуы ғылыми қоғамдастыққа әсер етті. «Әлеуметтік желілер» терминін 1954 жылы әлеуметтанушы Д. Барнс енгізген. «Ол 1930 жылдары адамдар арасындағы қарым-қатынасты зерттеу үшін социограммаларды, яғни жеке тұлғаларды нүкте түрінде, ал олардың арасындағы байланысты сызық түрінде бейнелейтін визуалды диаграммаларды зерттейтін әдістерді дамытып кеңейтті» [4,400 б.]. Бұқаралық коммуникациядағы дискурсты зерттеуге арналған ғылыми еңбектердің саны жыл сайын артып келеді. Саясаткерлер, шенеуніктер және үкіметтің басқа да ресми өкілдерінің коммуникациясын зерттейтін еңбектердің саны жеткілікті. Осындай жұмыстардың ішінде көрнекі хабарламаларда саяси ирония жасау жолдарын анықтау үшін мультимодальды сыни дискурс талдауын пайдаланған А.Саннинаны ерекше атап өтуге болады [5,11 б.]. К. Неверов пен Д. Будконың пікірінше, ресми биліктің болуы диалог пен өзара іс-қимылға дайын болу иллюзиясын тудырады. Бұл біріншіден, мұндай диалогтың болмауына байланысты азаматтардың қанағаттанбау деңгейін төмендетуге, екіншіден, әлеуметтік желілердегі дискурсты бақылауға және сыни пікірлерге жауап беруге мүмкіндік береді [6, 189 б.]. Спайсери өз жазбаларында әлеуметтік желі пайдаланушылар арасындағы коммуникативті қашықтықты атап өтті. Твиттер әлеуметтік желісіндегі 2011–2012 жылдардағы саяси наразылықтарға қатысты дискурсты талдау нәтижесінде ғалым лоялистер наразылық дискурсын бақылау үшін үстемдік стратегиясын пайдаланғанын дәлелдеді.

Іргелі ғылыми жұмыстар қатарына медиакоммуникация кеңістігіндегі медиадискурс категориясына арналған зерттеулер жатады. Ресей ғалымы Т.Г.

Добросклонскаяның пікірінше, медиадискурс «бұқаралық коммуникация саласындағы сөйлеу тәжірибесі мен сөйлеу әрекетінің өнімдерінің жиынтығы ретінде олардың өзара әрекеттесуінің күрделілігінде түсінілетін дискурстың функционалды формада анықталған түрі» [7, 181 б.]. Сондай-ақ, виртуалды дискурс стратегияларының классификациясын ұсынатын М.С. Рыжковтың жұмысын ерекше атап өтуге болады [8, 291 б.]. Дискурсты зерттеуде классикалық тәсілдер қолданылды [9, 335 б.]. Х. ван Дейк және Т. Поэлл дәстүрлі БАҚ жұмыс істеу логикасынан ерекшеленетін әлеуметтік медианың түбегейлі жаңа логикасының пайда болуы туралы айтуды ұсынады [10, 4 б.]. Жүйе деңгейінде Стик Гарвард әлеуметтік қатынастар мен виртуалды мәдениеттің дамуын зерттеді. Гарвард өз еңбектерінде әлеуметтік желілерде көрініс табатын медиа технологиялардың күнделікті өмірімізге әсерін сипаттайды [11, 190 б.]. Қазақстандық ғалымдар арасында әлеуметтік желілердегі коммуникация стратегияларын зерттейтін ғалымдар аса көп емес. Кибермәдениеттегі әлеуметтік коммуникация және медиа конвергенция мәселелерін зерттеген отандық ғалымдардың қатарында [12, 87 б.]. Фреймингтің танымдық мүмкіндіктері мен қоғамдық пікірді қалыптастырудағы әлеуметтік желілердің рөлін зерттеген Г.Ж. Ибраева (2020 ж.), Қ.Н. Мысаева (2024 ж.), Н.М. Қасымбекова (2022) және т.б.

Нәтижелер

Шеңуніктердің, бюрократтардың және үкімет өкілдерінің халықпен өзара әрекеттесу амалдары виртуалды коммуникацияның түріне тікелей әсер етті және бұл процесс цифрлық әңгімелесу феноменін қалыптастыруға септігін тигізеді. Дәстүрлі БАҚ-пен қатар ақпараттық күн тәртібін жіті бақылайтын желі қолданушылары блосферадағы кез келген өзекті тақырыпты ортаға салып мемлекеттік қызмет көрсету жүйесін талқыға салуға тырысады. Мәселен, жаңалықтар порталдарында қосымша құн салығы (ҚҚС) мөлшерлемесін 20%-ға көтеру мүмкіндігі туралы жаңалықтар жарияланғаннан кейін ақпарат әлеуметтік желілерде бірден талқылана бастады. Жаңалық материалын таратудағы желілік ереже бойынша, ресми аккаунты бар азаматтар шеңуніктердің аккаунттарымен таныса алады, түсініктеме талап ете алады және өзіне керекті тұлғаны белгілеу мүмкіндігіне ие болады. Өз кезегінде, жоғарыда аталған функциялар ақпарат таратушы мен қабылдаушылар арасында кері байланыс алаңын қалыптастырады. Дәстүрлі форматта жұмыс жасайтын бұқаралық ақпарат құралдарының жанында әлеуметтік медиа виртуалды шындық жағдайында адамдардың көзқарасына қысқа уақыт ішінде ықпал етеді. Бұған себеп — ресми ақпараттан бөлек пікір, пост, репост арқылы көпшіліктің субъективті пікірін білу. Біздің ойымызша, виртуалды шындық жеке «ақпараттық вакуумның» қалыптасуына алып келеді.

Мақалада қоғам мен билік арасындағы диалогты орнату мақсатында қазақ блогосферасының медиа-дискурсындағы коммуникациялық стратегияларды әзірлеуге талпыныс жасалған. Автор қоғам мен билік арасындағы виртуалды диалогты жан-жақты зерттеп қазақ блогосферасында жүзеге асырылып жатқан төрт коммуникациялық стратегияны сипаттауға тырысты.

1. Түсініктеме беруді талап ету стратегиясы.

Жоғарыда аталған стратегия аясында коммуникатор ақпарат таратушыдан, яғни адресанттан белгілі жағдайға байланысты түсініктемені талап етеді, сондай-ақ, жаңалықты таратқан тараптың сұрағына жауап беруін жіті бақылап отырады. Көбінесе бұл стратегияны коммуникаторлар елді алаңдататын тақырып көтерілгенде қолданады. Мысалы, ҚҚС мөлшерлемесін 20%-ға дейін көтеру мүмкіндігі туралы ақпарат әпсәтте әлеуметтік желілерде ең көп талқыға түскен жаңалықтардың біріне айналды. Уәкілетті органдар әлеуметтік желі арқылы жазбалар мен бейне, аудио хабарламалар қалдырып өз пікірлерін халыққа жеткізуге тырысты. Дегенмен желі қолданушылар тарапынан көптеген сұрақтар туындап бұл мәселені қайта қарастыруды талап етті.

Талдау объектісі негізінде «Фейсбук» әлеуметтік желісінде ресми аккаунтары тіркелген мемлекеттік қызметкерлердің парақшарына шолу жасалынды. Фейсбук желісінің техникалық мүмкіндіктеріне тоқталсақ, @ белгісі арқылы тіркелген қолданушының аккаунтын белгілеп байланысқа шығуға мүмкіндік бар. Ал егер сол пайдаланушы достықты қабылдамай қойған жағдайда @ белгісінің функцияларымен қолдануға болмайды.

Мысал №1. «ҚҚС 20%-ға дейін көтерілуі мүмкін, бірақ біздің депутаттар бұл туралы ойламайды да. Жаңа ҚҚС Қазақстандағы шағын бизнес үшін өлім жазасымен тең бе? ҚҚС-ты 12%-дан 20%-ға көтеру және ҚҚС тапсыру шегін жылына 74 млн теңгеден 15 млн теңгеге дейін төмендету нені білдіретінін қарастырайық. Мен біраз уақыттан бері клининг бизнесімен айналысамын. Үш тұрғын үй кешеніне үш жылдан бері қызмет көрсетіп келеміз, тазалықты сақтау жұмыстары үшін айына 602 000 теңге алып отырмыз. ҚҚС 20% және айналым салығы 4% енгізілсе (несиеге жатқызылатын ҚҚС болмаған жағдайда) менің пайдама қатысты жағдай күрт өзгереді. Жаңа шекті 15 миллион теңгеден асырмау және ҚҚС түспеуі үшін кәсіпкер екі үйге ғана қызмет көрсете алады. Екі үйден түсетін табыс: айына 187 880 теңге – бұл оның жұмысшыларының жалақысынан аз. Бұдан былай шағын бизнестің енді мағынасы жоқ. Жаңа салық режимі шағын бизнеске жай ғана соққы жасамай, оларды құртайын деп тұр. Мырзалар, депутаттар @irina smirnova, осы мәселені бақылауға алыңыздар! Талап етеміз!». (29.01.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост)

Мақалада көрсетілген мысалдарды талдау барысында әлеуметтік желінің «шағымдар мен ұсыныстар кітабына» ұқсастығын байқадық. Желі қолданушысы жеке аккаунты арқылы Қазақстан Республикасы Парламентінің депутаты Ирина Смирноваға ашық үндеу жазбасын жариялады. Техникалық параметрлердің ішінде жазба авторы ресми аккаунтты (тэгтеу) белгілеу функциясын пайдаланған. Бұл мәтінде келесі құрылымдық және семантикалық бөліктерді белгілеуге болады: пост авторы жеке тәжірибесімен бөлісу арқылы үндеу жасады: «Менің тазалау бизнесімнен мысал алайық». Одан кейін барлық депутаттардан мәселені шешуді сұрайтынын жеткізді. Бір қызығы, барлық депутаттарға арналған үндеу жеке тұлғаға бағытталды: «Мырзалар, депутаттар @Ирина Смирнова, бұл мәселені бақылауға алыңыздар!» Осы жағдайға сүйене отырып, желі пайдаланушысы хабарламаны таратушы тарапынан бақылаудың жоғары деңгейі басым болатын стратегиясын пайдаланды деген қорытындыға келеміз. Постта ресми парақшасы белгіленген пайдаланушының ақпарат қабылдауына ерекше назар аударуға болады. Депутат Ирина Смирнова репост функциясын пайдаланып, пост авторының жазбасын бөлісу арқылы жауап берді. Парламент депутаты өз репостында келесі сөйлеу құрылымын пайдаланды: «Салыққа қатысты тағы бір ой. Кәсіпкердің пікірі...». Яғни, бұл жағдайда біз ашық қоғамдық-саяси коммуникацияны байқаймыз.

Мысал №2. «Елбасының қатысуымен өтетін ертеңгі үкімет отырысының интригасы: 1 қазаннан бастап ҚҚС-ты 20 пайызға дейін көтеру туралы үкіметтің жаңа бастамасын бір мезгілде 15 миллион теңгеге дейін түсіруді үкімет қабылдай ма екен? Осыдан бір жыл бұрын, 7 ақпанда Елбасы ҚҚС-ты көтеру – панацея емес екенін анық айтқан болатын. Ал жаңа үкімет: «ҚҚС мөлшері өспейді» деп растаған. Бір жыл өткен соң тағы сол әңгіме... Неліктен біз шешілді деп ойлаған мәселеге қайта оралдық? Қалай ойлайсыздар, достар? Үкімет жауап бере ме?!». (27.01.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост)

Посттың құрылымдық және мазмұндық ерекшеліктері: пост авторы алдағы оқиғаға қатысты сұрақтар қою арқылы көпшіліктің назарын аударуға тырысады, содан кейін үкімет мүшелерінің өткен жылы халыққа жолдаған сөздер негізінде прецеденттік мәтінді мысал ретінде келтіреді: «ҚҚС мөлшері өспейді». Айта кету керек, бұл оқиға бейне жазба түрінде тарады, яғни автордың әр сөзі мемлекет басшысының жолдауынан алынған үзінділер арқылы расталады. Онымен қоса, түсініктеме беруді талап ету стратегиясын іске асырудың аясында желі пайдаланушы билік өкілдерінен бөлек Елбасының ресми аккаунтын да белгілеген. Және посттың соңында «#ҚҚС #Қазақстан #салықтар #үкімет» сияқты хэштегтерді белгілеп кетті.

2. Цифрлық әңгімеге тең қатысу стратегиясы.

Екінші стратегия цифрлық әңгімеге тең қатысу арқылы жүзеге асады.

Бұл жағдайда ақпараттың паритет түрінде алмасуын және байланыс процесін екі тарап бірдей қолданғанын байқаймыз. Екі жақты байланыс процесі бір деңгейде жүргізіліп белсендігімен ерекшеленеді. Сондай-ақ, цифрлық әңгімеге тең қатысу стратегиясын қолданған желі пайдаланушылары алдымен виртуалды әңгіменің нәтижелі болғанын қадағалайды. Стратегия аясында ұстанатын басты ереже — пікір білдіру немесе сұрақ қоюда белсенділік таныту.

Мысал №1. «Достар, Әнуарбек Сқақов екеуіміз ҚҚС шегін 15 миллион теңгеге дейін төмендетуге қарсы арыз бердік. Петиция бірінші түсініктемедегі сілтемеде орналасқан. Мен өзімнің телеграм каналыма петицияны жарияладым. Салық шегінің төмендетуіне қарсы болсаңыз, электрондық цифрлық қолтаңбанызбен қол қоюыңызға болады» (өтініш мәтіні төменде берілген) (1.02.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост).

Біздің ойымызша, арыз-тілек түрінде жарияланатын посттар цифрлық жағдайда басқару технологиялардың маңызды тетігіне айналды. Пікірлері бір жерден шыққан, мүдделері ортақ адамдар ұйымдық арнайы өтініш беруші рөлін алып цифрлық кеңістіктің мүмкіндіктерін пайдалана алады. Жоғарыда көрсетілген кейсте еліміздегі белгілі заңгерлер көпшіліктің назарын өзекті мәселеге аудару мақсатында қоғамдық диалогқа шақырды. Екі тараптың тең қатысуы виртуалды байланыстың нәтижесіне тікелей әсер ететіні заңдылық. Сондай ақ, мұнда әрбір коммуникант мемлекеттік маңызы бар мәселелерге қатысты шешімдерді қабылдау мүмкіндігіне ие бола алады. Көбінесе талқыға түсетін цифрлық әңгімелер қатарында: жанжалдар, жаңа заңнамалар мен әйгілі адамдардың жеке мәселелері. Соңғы бес жылда қоғам ішінде резонанстық жағдай тудырған мәселелер виртуалды арыз-тілек арқылы шешімін тапқан. Мәселен, интернет-технологиялардың дамуына байланысты арыз-тілекке онлайн режимде қол қойылады. Өз кезегінде мұндай функциялар қарым-қатынас процесін айтарлықтай жеңілдетеді.

Мысал №2. «ҚҚС – Қалған кәсіпкерлерді қанау салығы #Мен ҚҚС-тың көтерілуіне қарсымын. Құрметті фолловерлер, сіз ҚҚС заңнамасын қалай түсінесіз?» (31.01.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост).

Жоғарыда көрсетілген сөз тіркестер автормен өзгертілген аббревиатуралар. Осылай пост авторы шағын мәтіндер арқылы желі қолданушылардан дискурсқа белсенді түрде қатысуын сұрайды. Ал фолловерлер (жазушылар) өз кезегінде салыққа қатысты пікірлерін жеткізді, жаңа аббревиатураларды пікір немесе репост түрінде жазды. Бұл байланыс формасы сұрақ-жауап түрінде цифрлық әңгімеге тең қатысу стратегиясын қалыптастырады. Әдетте цифрлық әңгімелесу стратегиясын қолданатын адамдар өзгелердің сеніміне тез кіру, жеке брендті қалыптастыру және жазылман санын көбейтуді көздейді.

3. Виртуалды шындық жағдайында монолог жүргізу стратегиясы.

Кез келген әлеуметтік желі қолданушысы азаматтық ойын жалғыз коммуникатор позициясында жүзеге асыра алады. Бұл виртуалды шындық жағдайында монолог жүргізу стратегиясының басты ерекшелігі. Әдетте монолог жүргізу стратегиясы пост түрінде жарияланады. Стратегия аясында монолог жүргізген тұлға шер тарқатып, мәтінде тек өз ойын жеткізуге тырысады және ешкімді диалогқа шақырмайды. Дегенмен, көпшілік алдында жүргізілген монолог біраз уақыттан соң диалогқа айналады, себебі виртуалды шындық жағдайының талаптары бойынша, ашық түрде жария етілген посттың астында пікірлер пайда болу ықтималдығы жоғары. Кейбір желі қолданушылар жеке ойын жазып, өзіне өзі сұрақ қойған пост авторын әрекет жасауға шақырды деп қабылдауы мүмкін.

Мысал №1. «Үйімнің жанындағы азық-түлік дүкеніне кіріп, кішкентай сөмкемді бір-екі тауарға толдырдым. Нан, бір келі қант, сүт алдым. Кассада 5000 теңге төледім! Инфляция, сен қайда ұшып барасын? Тіпті алдағы уақытта не күтіп тұрғанын ойлауға қорқамын!» (3.02.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост)

Мысалда көрсетілгендей, виртуалды шындық жағдайында монолог жүргізу стратегиясын іске асырған адамның мақсаты - басқа азаматтардың пікірін білу емес, өзімен өзі ойға шомылып, болашағына алаңдап жазылған пост. Сондай-ақ, халықтың назарын аударатын: репост, хэштег сияқты функцияларды қолданбайды. Монолог стратегиясын қолданғанымен, пост авторы өз ойымен бөлісу арқылы жазылмандарды диалогқа шақырғанын байқауға болады: «Инфляция, сен қайда ұшып барасын?». Пікірлер функциясын посттың астында өшірмеген автор оқырмандардың инфляция жайында және ақшаның құнсыздануына байланысты өзгелердің пікірін білуден қарсы емес деген ойдамыз.

Мысал №2. «Міне, экономикамыз тығырыққа тірелген сияқты. Гиперинфляция тағы бір қадам жақындай түсті. Көптеген жеке кәсіпкерлер мен жауапкершілігі шектеулі серіктестіктер жабылады, іскерлік белсенділік төмендейді деп болжап отырмын. Кәсіпті жүргізу қиындаса, менде жұмысымды тоқтатамын деген шешімге келдім!» (31.01.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост)

Бұл жағдайда біз монолог құрған желі пайдаланушысы өз мысалымен өзгелерді диалогқа шақырып отырғанын байқаймыз. Кейбір жағдайда монолог формасында өлеңдердің сөзін және басқа әдеби мәтіндерді де көруге болады. Біздің пайымдауымыз бойынша, өз ойын өлең шұмақтарымен жеткізген тұлғалар бәрі бір көпшілік тарапынан мақұлдауды іздейді, қолдау сөздерін көргісі келеді. Сол арқылы цифрлық әңгімеге шақырады. Сондай-

ақ, зерттеу аясында байқағанымыз, виртуалды шындық жағдайында монолог жүргізу стратегиясы әлемдік және республикалық маңызы бар мәселелерді талқылау кезінде жиі қолданылады.

4. Виртуалды шындық жағдайындағы пассивті бақылаушының стратегиясы.

Бұл стратегияны көбінесе медиа тұлғалар санатына жатпайтын, яғни өзінің ойын көпшілік алдында жария етуге ұмтылмайтын әлеуметтік желі пайдаланушылары қолданады. Пассивті бақылаушы рөлін таңдаған адам диалогқа сирек түседі және монолог түрінде жазбаларды жарияламайды. Әдетте, пассивті бақылаушылардың аккаунттары әлеуетті фолловерлердің (жазылмандардың) назарын аудармайды, себебі олар пост жазу, жария ету, жазылмандардың санын көбейту ережелерін ұстанбайды. Кез келген желіде аккаунтын тіркеген азамат немесе азаматша пассивті бақылаушы стратегиясын қолданғанымен, жеке басына қатысты өзекті тақырып қозғалса, міндетті түрде пікірін білдіруге тырысатынын айта кету керек. Дегенмен, белгілі жағдайларда ғана диалогқа түсетін пассивті желі қолданушылар жүйелі түрде виртуалды шындыққа қызығуы мүмкін, сонымен қатар, өзгелердің посттарының астында лайк, дизлайк қойып отырады. Бұл әрекет келесі негізгі факторларға байланысты: тақырыптық қызығушылық, әрекетке ынталандыратын сөйлемдер, өзектілігі жоғары фото, бейне жазбалар.

Мысал №1. «Мен ешқашан ештеңе жазбайтын едім, бірақ жаңа салық туралы ойыңызбен толық келісемін!» (29.01.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост).

Мысал №2. «Барлығы ҚҚС көтерілуі мүмкін деген жаңалықты талқылап жатыр. Ендеше, бұл тақырыпқа ештеңе жазғысы келмейтін тек мен ғана шығармын?!» (28.01.25 жылы «Фейсбук» желісінде жарияланған пост).

Талқылау

Жоғарыда аталған коммуникациялық стратегиялар әлеуметтік желілердің өмірге бейімделудің жоғары деңгейін көрсетеді. Виртуалды коммуникация электрондық байланыстың жалпы және арнайы ережелеріне негізделген. Белгіленген коммуникациялық стратегиялар медиа-кеңістік ықпалының нәтижесі деуге болады, оның салдарынан «медиа тұлғаның» жаңа феномені қалыптасты. Профессор Е.Л. Вартанова: «Медиа тұлғаның пайда болуына, қалыптасуына тікелей әсер ететін БАҚтың өнімдері, даму үрдісі және экономикалық, саяси, әлеуметтік, мәдени жағдайлар. Ал медиа тұлғаның қоғам мүшесі ретінде қалыптасуына әсер ететін – коммуникациялық қатынастар» [13, 102 б.]. Біздің пайымдауымыз бойынша, кез келген адамды медиа тұлғалар қатарына жатқызса болады, себебі

интернет заманында көпшілік ақпаратты онлайн және офлайн форматта тұтынады, өндейді және таратады.

Ақпаратты тұтынуға деген жалпы қызығушылық «виртуалды қауымдастықтардың» арасында коммуникацияның жаңа түрлерінің пайда болуына алып келді. Уэллман «қауымдастық» түсінігіне келесі анықтаманы ұсынды: «мүдделері ортақ, ақпарат тұтыну мен алмасу арналары бір тұлғааралық байланыс түрі» [14, 229 б.]. Қауымдастық жұмысының басты ерекшелігі — әлеуметтік процестерге қатысты тұрақтылық. Әлеуметтік медиа жүйесінің өзгеріске ұшырауы қауымдастықтардың коммуникация түрлеріне негізделген жаңа стратегиялардың пайда болуына ықпалын тигізді. Зерттеуші М.Панюшев цифрлық медиадискурсқа тән сөз еркіндігі туралы былай дейді: «әлеуметтік желілердің саналуандығы микроблогтардың көбеюіне алып келді, сонымен қатар, желі пайдаланушыларының қарым-қатынасын жақсартып, еркіндік сезіміне бөледі». Ғалым оларды мазмұнға толы коммуникация арнасымен салыстырды. Осылайша, әлеуметтік желілер қолданушылары өздеріне қажетті коммуникация түрін таңдап кәсіби БАҚпен бәсекелестіктің нығаюына септігін тигізеді. Виртуалды әлемде талқыға түскен жаңалықтар кәсіби БАҚ пен коммуникациялардың қанағаттанарлықсыз жұмысының нәтижесінде пайда болған «ақпараттық вакуумды толықтырады» [15, 6 б.]. (М. Панюшева, 2011).

Қорытынды

Блогосфера мен әлеуметтік желілер негізінде зерттелген коммуникативті стратегиялардың сапалы көрсеткіштері бұл ресурстың мемлекеттік қызметкерлер қолданатын виртуалды алаңдарына енгізілгенін дәлелі. Ресми көзқарасты жылдам жеткізу үшін әлеуметтік желілерді пайдалану және мәселеге «жылдам жауап беру» қазақстандық интернет-қоғамдастықтарында кеңінен қолданылады. Осылай, цифрлық медиадискурс интернет кеңістігіндегі оқырман үшін мобильді түрде кері байланыс алуға мүмкіндік беретін жаңа виртуалды әлем ашты.

Әлеуметтік желі пайдаланушылар ақпаратты тұтынып қана қоймай, өз контентін көпшілік алдына ұсынады, сол арқылы күн тәртібін қалыптастыра алады. Өз кезегінде, БАҚ оқырмандары үшін де виртуалды әлем арқылы жедел кері байланыс алу мүмкіндігі ашылды. Цифрлық кеңістікте уақыт, орын және басқа факторларға қарамастан ақпарат тұтынушы қалаған сұранысына жауап таба алады. Пайдаланушылардың медиаконтентті құрастыруға араласу мүмкіндігі, халық сұранысын қадағалау, күн тәртібін қалыптастыру, белгілі бір тақырыптардың өзектілігін арттыру, әлеуметтік реакцияларды зерттеу – ақпаратпен алмасу процесін жеңілдетіп, цифрлық медиадискурстың жаңа деңгейін айқын көрсетеді. Сонымен қатар, соңғы оны жылдықта халық пен мемлекет қызметкерлері арасындағы виртуалды

коммуникацияның даму үрдісін айта кету керек. Осы тақырыпты зерттеу аясында біз билік пен қоғамның байланысына тікелей әсер ететін алаңдардың бірі әлеуметтік желі екеніне көз жеткіздік. Дегенмен, кейбір мемлекеттік қызметкерлердің тарапынан заманауи технологияларды төмен деңгейде меңгеруі немесе қоғаммен онлайн диалогқа түсуге құлықсыздық танытуы отандық медиадискурстың нәтижелі болуына кері әсерін тигізуі мүмкін. Бүгінде әлеуметтік желілер мен микроблогтар биліктің имиджін қалыптастырудың негізгі құралына айналғанын ескерген жөн. Отандық медиаиндустрия әр тұлғаның жеке брендіне тікелей әсер етеді, жағымды және жағымсыз тұстарын бояусыз көрсетеді. Әрі жеке брендті қалыптастыру мақсатында танымал адам немесе белгілі мамандықтың иесі болудың қажеті жоқ. Жаңарған медиаиндустрияның өз талаптары бар, сол ережелерді ұстанатын желі қолданушылары жеке брендінің қалыптасуына ықпал етеді. Автордың пайымдауынша, жүйелі түрде ашық пікір алмасу форматы қоғамдық келісімді нығайтып, мемлекет дамуы мен өсіп-өркендеуінің темірқазығына айналады.

Қаржыландыру туралы ақпарат

Ғылыми мақала Қазақстан Республикасы Жоғары білім және ғылым министрлігі Ғылым комитетінің қолдауымен «Жас Ғалым» гранттық қаржыландыру ғылыми жобасының аясында орындалды. ИРН: AP19175597

ӘДЕБИЕТ

[1] Демьяненко К.В. Журналист и блогосфера в социокультурном информационном пространстве // Молодой ученый. – 2018. – № 49 (235). – 201 с.

[2] Тілеубай Т. Газет пен гаджеттің текетіресі: кім жеңеді? // Нұр-Сұлтан: Astana aqshamy, 2019. 2 мамыр. 6-7 б.

[3] Шакенова М.Т., Миятбекова З.У., Джилкишиева М.С., Баймаханбетов М.А.

Применение методов корпусного анализа при изучении манипулятивного медиадискурса // Известия КазУМОИМЯ имени Абылай хана. – 2025. – № 1 (76). – С.341-356.

[4] Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. – Москва: Аспект Пресс, 2013. – 400 с.

[5] Sanina A. Visual political irony in Russian new media // Discourse, Context & Media. –Vol. 6. – P. 11.

[6] Neverov K. and Budko D. Social Networks and Public Policy: Place for Public Dialogue? // Proceedings of the 2017 International Conference on Internet and Modern Society. Association for Computing Machinery. – Saint Petersburg, Russia., June 21–24, 2017. – P. 189–194.

[7] Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 13 (184). – С. 181–187.

[8] Рыжков, М. С. Речевые стратегии и тактики интернет-коммуникации (на материале чатов) // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – 2-е изд., стер. – М.: Наука: ФЛИНТА, 2014. – С. 291–302.

[9] Herring S.C. «Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior, Designing for Virtual Communities in the Service of Learning. – Cambridge University Press: New York, USA, 2004. – P.338–376.

[10] Dijck J. van and Poell T. «Understanding Social Media Logic» // Media and Communication. – 2013. – Vol. 1. – № 1. – P. 2–14.

[11] Hjarvard S. The Mediatization of Culture and Society (1st ed.). – Philadelphia: Routledge, 2016. – 192 p.

[12] Есенбекова У.М., Маманкул А.А., Сыздыкова А.А., Кутым Б. Медиаконвергенция в социальной коммуникации и киберкультуре. // Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия Журналистика. – 2023. – № 3(144). – С.87-102.

[13] Вартанова Е.Л. Журналистика в информационном обществе: новые проблемы и новые вызовы / Е.Л. Вартанова. – Москва : Институт развития информационного общества, 2005. – 104 с.

[14] Wellman B. Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking // International Journal of Urban and Regional Research. – 2001. – Vol. 25. – P. 227–252.

[15] Панюшева М. Блоги, микроблоги и социальные сети: интернет-коммуникации нового десятилетия // Медиа альманах. – 2011. – № 2 (43). – С.6-12.

ЭЛЕКТРОНДЫҚ РЕСУРСТАР

<https://egov.kz/cms/ru/news/egovmobile>

https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/kajdyiy-gosslujaschiy-doljen-aktivnyim-sotssetyah-tokaev-373886/

Post ot 29.01.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 3.02.2025).

Post ot 27.01.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 01.02.2025).

Post ot 1.02.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 01.02.2025).

Post ot 31.01.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 31.01.2025).

Post ot 3.02.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 4.02.2025).

Post ot 31.01.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 02.02.2025).

Post ot 29.01.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 02.02.2025).

Post ot 28.01.2025 <https://www.facebook.com> (әлеуметтік желіден ақпараттың көшіріліп алынған күн: 04.02.2025).

REFERENCES

[1] Dem'yanenko K.V. ZHurnal'ist i blogosfera v sociokul'turnom informacionnom prostranstve [Journalism and the blogosphere in the socio-cultural information space] // Molodoj uchenyj. – 2018. – № 49 (235). – 201 s.

[2] Tileubaj T. Gazet pen gadzhettiñ teketiresi: kim zheñedi? [the Battle of newspapers and gadgets: who will win?] // Nыр-Sыltan: Astana aqshamy, 2019. 2 мамыр. 6-7 б. [in Kaz.]

[3] SHakenova M.T., Miyatbekova Z.U., Dzhilkishieva M.S., Bajmahanbetov M.A. Primenenie metodov korpusnogo analiza pri izuchenii manipulyativnogo mediadiskursa [Application of corpus analysis methods in the study of manipulative media discourse] // Izvestiya KazUMOIMYA imeni Abylay hana. – 2025. – № 1 (76). – S.341-356. [in Rus.]

[4] Kolesnichenko A. V. Nastol'naya kniga zhurnalista. Uchebnoe posobie [A journalist's handbook]. – Moskva: Aspekt Press, 2013. – 400 s. [in Rus.]

[5] Sanina A. Visual political irony in Russian new media // Discourse, Context & Media. – Vol. 6. – P. 11.

[6] Neverov K. and Budko D. Social Networks and Public Policy: Place for Public Dialogue? // Proceedings of the 2017 International Conference on Internet and Modern Society. Association for Computing Machinery. – Saint Petersburg, Russia., June 21–24, 2017. – P. 189–194.

[7] Dobrosklonskaya T.G. Massmedijnyj diskurs kak ob'ekt nauchnogo opisaniya [Mass media discourse as an object of scientific description.] // Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki. – 2014. – № 13 (184). – S. 181-187. [in Rus.]

[8] Ryzhkov, M. S. Rechevye strategii i taktiki internet-kommunikacii (na materiale chatov) [Speech strategies and tactics of Internet communication (based on chats)] / Internet-kommunikaciya kak novaya rechevaya formaciya: koll. monografiya / nauch. red. T. N. Kolokol'ceva, O. V. Lutovinova. – 2-e izd., ster. – M.: Nauka: FLINTA, 2014. – S. 291–302. [in Rus.]

[9] Herring S.C. Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior, Designing for Virtual Communities in the Service of Learning. – Cambridge University Press: New York, USA, 2004. – P.338–376.

[10] Dijck J. van and Poell T. Understanding Social Media Logic // Media and Communication. – 2013. – Vol. 1. – № 1. – P. 2–14.

[11] Hjarvard S. The Mediatization of Culture and Society (1st ed.). – Philadelphia: Routledge, 2016. – 192 p.

[12] Esenbekova U.M., Mamankul A.A., Syzdykova A.A., Kutym B. Mediakonvergenciya v social'noj kommunikacii i kiberkul'ture [Media convergence in social communication and cyberculture] // Vestnik Evrazijskogo nacional'nogo universiteta imeni L.N. Gumileva. Seriya ZHurnalistika. – 2023. – № 3(144). – S.87-102. [in Rus.]

[13] Vartanova E.L. ZHurnalistika v informacionnom obshchestve: novye problemy i novye vyzovy [Mass media and journalism in the space of a post-industrial society]. – Moskva: Institut razvitiya informacionnogo obshchestva, 2005. – 104 s. [in Rus.]

[14] Wellman B. Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking // International Journal of Urban and Regional Research. – 2001. – Vol. 25. – P. 227–252.

[15] Panyusheva M. Blogi, mikroblogi i social'nye seti: internet-kommunikacii novogo desyatiletia [Blogs, microblogs and social networks: Internet communications of the new decade] // Media al'manah. – 2011. – № 2 (43). – S.6-12. [in Rus.]

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАЗАХСТАНА: КОММУНИКАЦИЯ МЕЖДУ ОБЩЕСТВОМ И ВЛАСТЬЮ

*Ормаханова Е.Н.¹, Ким О.Я.²

*¹ Международная образовательная корпорация, Алматы, Казахстан

² Казахский университет международных отношений и
мировых языков им. Абылай хана

Аннотация. За последние пятнадцать лет интернет-пространство получило широкое распространение среди пользователей. Главной целью коммуникационной среды является не только обмен информацией, но и формирование общественного мнения, влияние на массовое сознание. Интернет-коммуникация вышла на новый уровень универсальной интерактивной среды. Несмотря на территориальные и временные ограничения, социальные медиа выдают обработанную информацию любой сложности для того, чтобы создать благоприятные условия для обратной связи с аудиторией. В свою очередь, модель обратной связи реализуется за счет использования определенных стратегий во время распространения видео, аудио, фото и текстовой информации. Основная цель исследования – представить коммуникативные стратегии, используемые в общении между властью и обществом в условиях цифровой коммуникации. В качестве методологии при изучении цифровых коммуникативных стратегий были выбраны компаративный и текстовый анализ. Общественные

и управленческие мобильные веб-приложения изучались в качестве ключевого звена цифровой коммуникации между властью и обществом. Структурной частью исследования стала цифровая беседа, как устойчивый канал коммуникации.

Для изучения текстов автор также обратился к методам социолингвистического анализа, методу критического дискурс-анализа с использованием мультимодального подхода.

Коммуникативные стратегии, представленные в рамках исследования, определяют роль современных социальных медиа. За счет анализа различных видов интенции автор приходит к выводу, что отечественные медиа являются одним из эффективных инструментов в улучшении процесса виртуальной коммуникации. Результатом процесса виртуальной коммуникации можно считать установление обратной связи между чиновниками и пользователями социальных сетей. Стратегии, предложенные автором статьи, оказывают существенное влияние на формирование общественного мнения и появление новой модели цифрового общения.

Ценность научной работы заключается в установлении взаимосвязи неограниченных возможностей цифрового пространства, а также коммуникацией между властью и обществом, которые привели в итоге к трансформации дискурса власти. Научная значимость заключается в рассмотрении отечественных социальных медиа не только как способ цифровой беседы, но и виртуальной системы, включающей в себя получение, распространение, обработку информации.

Ключевые слова: медиадискурс, казахстанская блогосфера, цифровая беседа, социальные медиа, власть, общество, медиaprостранство, виртуальная коммуникация

SOCIAL MEDIA OF KAZAKHSTAN: COMMUNICATION BETWEEN SOCIETY AND AUTHORITIES

*Ormakhanova Y.N.¹, Kim O.Y.²

^{*1} International educational corporation, Almaty, Kazakhstan

² Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

Abstract. Over the past fifteen years, the Internet space has become widespread among users. The main goal of a special communication environment is not only the exchange of information, but also the formation of public opinion, the influence on mass consciousness. Internet communication has reached a new level of a universal interactive environment. Despite territorial and time restrictions, social media provide processed information of any complexity in order to create favorable conditions for feedback with the audience. In turn, the

feedback model is implemented through the use of certain strategies during the distribution of video, audio, photo and text information. The main objective of the study is to present the communication strategies used in communication between the authorities and society in the context of digital communication. The research methodology is based on linguistic and comparative analysis of personal pages of high-ranking officials in social networks.

The communication strategies presented in the study reveal the role of modern social media. By analyzing various types of intention, the author concludes that domestic media are one of the effective tools in improving the process of virtual communication. The result of the virtual communication process can be considered the establishment of feedback between officials and users of social networks. The strategies proposed by the author of the article have a significant impact on the formation of public opinion and the emergence of a new model of tactics.

The value of the scientific work lies in establishing the relationship between the unlimited possibilities of the digital space, as well as communication between the authorities and society, which ultimately led to the transformation of the discourse of power. The scientific significance lies in the consideration of domestic social media not only as a means of digital conversation, but also as a virtual system that includes the receipt, distribution, and processing of information.

Keywords: media discourse, kazakh blogosphere, digital conversation, social media, government, society, media space, virtual communication

Мақала түсті: 13 наурыз 2025

Авторлар туралы мәлімет:

Ормаханова Еңлік Нұрланқызы – доктор (PhD), ХБК қауымдастырылған профессоры, Халықаралық білім беру корпорациясы, e-mail: enlik.ormahanova@mail.ru

Ким Ольга Яковлевна – педагогика ғылымдарының докторы, доцент, халықаралық коммуникациялар кафедрасының меңгерушісі, Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, e-mail: olga_kim2007@inbox.ru

Информация об авторах:

Ормаханова Енлик Нурлановна – доктор (PhD), ассоциированный профессор МОК, Международная образовательная корпорация, e-mail: enlik.ormahanova@mail.ru

Ким Ольга Яковлевна – кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой международных коммуникаций, Казахский

университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана, e-mail: olga_kim2007@inbox.ru

Information about the authors:

Ormakhanova Yenlik Nurlanovna – doctor (PhD), Associate Professor of the IEC, International educational corporation, e-mail: enlik.ormahanova@mail.ru

Kim Olga Yakovlevna – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of International Communications, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, e-mail: olga_kim2007@inbox.ru