

FTAMP 19.01.07

<https://doi.org/10.26577/HJ202575106>**К. Тергембай***  **А. Иргусаева** 

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

*e-mail: tergembay@mail.ru

ЦИФРЛЫҚ ОРТАНЫҢ FACEBOOK ЖӘНЕ МЕДИА ПАЙДАЛАНУШЫЛАРЫНЫҢ САНАСЫНА ӘСЕРІ

Мақала қазіргі қазақ қоғамында жиі қолданылатын Facebook желісінің қоғамдық сананы қалыптастырудағы рөлін тануға және оның артықшылықтары мен қауіптерін бағалауға мүмкіндік береді. Медиа қолданушылардың санасына цифрлық ортаның ықпалын зерттеу арқылы елдегі жалпы медиаэкологияның жай-күйін болжауға болады. Себебі, осы бағыттағы зерттеулер қоғамдағы медиасауаттылықты қалыптастыру және арттыру бойынша белгілі бір тұжырым алуға көмектеседі.

Нәтижеге жету үшін авторлар Facebook қазақтілді платформасын, соның ішінде жүздеген мың жазылушысы бар «Өмір сырлары» және «Қоғам үні» топтарын зерттеу нысаны ретінде алып, ондағы цифрлық ортаның артықшылықтары мен кемшіліктерін, қауіп-қатерлерін салыстырмалы түрде қарастырады. Әлеуметтік желілердің артықшылықтары ретінде бұл платформаның ақпарат алмасудың, қарым-қатынас жасаудың және жаңа білім мен пайдалы ақпарат алудың тиімді құралына айналғанын айта аламыз. Ал бұл платформалардан келетін қауіп-қатер ретінде олардың адам санасына айтарлықтай ықпал етуін көрсетуге болады, мысалы: платформаға тәуелділік, жалған ақпараттың кең таралуы, психологиялық қысым мәселелері де анықталды. Осыған орай, цифрлық қауіпті азайту бойынша ұсыныстар берілді.

Зерттеудің ғылыми маңыздылығы ретінде заманауи платформалардың әлеуметтік процестерге әсер ету механизмдерін түсіндіруді атауға болады. Практикалық маңыздылығы – алынған нәтижелерді цифрлық платформалардағы қазақ тілді контент стратегияларын жетілдіру, ақпаратты тұтыну мәдениетін дамыту және теріс әсерлерді азайту үшін қолдану мүмкіндігінде. Зерттеудің гипотезасы ретінде Фейсбук және медиа контенттің мазмұны мен берілу тәсілі пайдаланушылардың санасында когнитивтік өзгерістер мен эмоционалдық реакцияларды тудыратынын болжауға болады.

Сонымен қатар, бұл зерттеуде Фейсбук платформасындағы қазақ тілді топтардың құрылу уақыттарын зерттеу үшін олардың хронологиялық ерекшеліктеріне назар аударылды. Мақалада осындай зерттеу қазақ тілді он топқа жүргізілді. Нәтижелері бойынша қазақ тілді топтардың көп құрылған жылдардағы саяси, экономикалық, әлеуметтік мәселелермен байланыстыруға ұмтылыс жасалды. Зерттеу қорытындысы бойынша Фейсбук платформасындағы қазақ тілді топтардың әлеуеті жылдар өткен сайын жетіліп келе жатқанын көрсетті. Бұл тұжырымдар мен пайымдар әлеуметтік желілер аясындағы зерттеулерге өзіндік үлес қосады деп күтіледі. Осы зерттеудің негізгі мақсаты – Facebook платформасындағы қазақ тілді топтардың орнын және олардың қоғамдық сананы қалыптастырудағы рөлін анықтау және осы өзекті мәселеге байланысты мәселелерді талдау.

Түйін сөздер: жаңа медиа, әлеуметтік желі, Facebook, цифрлық орта, қоғамдық сана.

K. Tergembay*, A. Irgussayeva

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

*e-mail: tergembay@mail.ru

The impact of the digital environment on the consciousness of Facebook and media users

The article allows us to determine the role of Facebook in the formation of public consciousness and assess its advantages and risks, which are often used in modern Kazakh society. Studying the influence of the digital environment on the consciousness of media users, one can assume the general state of media ecology in the country. This is due to the fact that research in this direction helps to draw certain conclusions on the formation and improvement of media literacy in society.

To achieve the result, the authors take Kazakh-language Facebook content as an object of research, including the groups «Omir Syrlary» and «Kogam uni», which have hundreds of thousands of subscribers, and attribute to them the advantages and disadvantages, risks of the digital environment.

The scientific significance of the study is an explanation of the mechanisms of influence of modern platforms on social processes. The practical significance lies in the possibility of applying the results obtained to improve strategies for Kazakh-language content on digital platforms, develop a culture of information consumption and minimize negative impacts. As a hypothesis of the study, it can be assumed that the content and the way Facebook and media content are transmitted cause cognitive changes and emotional reactions in the minds of users.

In addition, this study focused on the chronological features of Kazakh-speaking groups on the Facebook platform to study the time of their creation. A similar study was conducted on ten Kazakh-speaking groups. Based on the results, it was determined in which years more Kazakh-speaking groups were formed. The authors sought to link this trend with the political, economic, and social problems of these years. The main purpose of this study is to determine the place of Kazakh-speaking groups on the Facebook platform and their role in shaping public consciousness and to analyze issues related to this topical issue.

Keywords: new media, social networks, Facebook, digital environment, public consciousness.

К. Тергембай*, А. Иргусаева

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

*e-mail: tergembay@mail.ru

Влияние цифровой среды на сознание медийной аудитории и пользователей Facebook

Статья позволяет определить роль Facebook в формировании общественного сознания и оценить его преимущества и риски, часто проявляющиеся в современном казахском обществе. Изучая влияние цифровой среды на сознание медиапользователей можно оценить общее состояние медиаэкологии в стране. Это связано с тем, что исследования в этом направлении помогают сделать определенные шаги по формированию и повышению медиаграмотности в обществе.

Основной целью исследования является определение места казахоязычных групп на платформе Facebook и их роли в формировании общественного сознания.

Авторы берут в качестве объекта исследования казахоязычные платформы Facebook, в том числе группы «Өмір сырлары» и «Қоғам үні», которые имеют сотни тысяч подписчиков, изучают преимущества, недостатки и риски цифровой среды; отмечают, что социальные сети стали эффективным инструментом обмена информацией, общения и получения новых знаний, однако существуют угрозы деструктивного влияния на человеческое сознание. Например, выявлены аддикция от платформы, широкое распространение дезинформации, проблемы психологического давления. В этой связи авторами даны рекомендации по снижению цифровой опасности.

В качестве гипотезы исследования предлагается дефиниция – содержание и способ передачи информации в текстах Facebook и медиаконтенте вызывают когнитивные изменения и эмоциональные реакции в умах пользователей. Научная значимость исследования состоит в объяснении механизмов влияния современных платформ на социальные процессы. Практическая значимость заключается в возможности применения полученных результатов для совершенствования стратегий казахоязычного контента на цифровых платформах, развития культуры потребления информации и минимизации негативных воздействий.

В исследовании основное внимание уделялось хронологическим особенностям казахоязычных групп на платформе Facebook при изучении времени их создания. Аналогичное исследование было проведено для десяти казахоязычных групп. По результатам было определено, в какие годы сформировалось больше казахоязычных групп. Авторы стремились связать эту тенденцию с политическими, экономическими, социальными проблемами данных временных периодов. Мы считаем, что эти выводы и суждения вносят свой вклад в исследования социальных сетей.

Ключевые слова: новые медиа, социальные сети, Facebook, цифровая среда, общественное сознание.

Кіріспе

Бүгінгі таңда әлеуметтік және мінез-құлық туралы ғылыми қауымдастықтар әлеуметтік желілерді талдауға және олардың әдіснамасына қызығушылық танытуда (Mussa et al., 2024: 56). Ақпараттық кеңістіктің жаһандануымен және цифрлануымен (Tergembay, et al., 2024: 130) ақпаратты іздеу, оны қабылдау, өз тәжірибесінің, тәрбиесінің объективінен өткізу, танымның шекарасын кеңейту, содан кейін жаңа ақпараттық өнім, идея беру адам табиғатында бар құбылыс (Ибрагимова, 2013: 230). Цифрлық дәуірде әлеуметтік желілер, әсіресе Facebook күнделікті өмірімізде жиі қолданатын құралымызға айналды. Бұл платформалар арқылы қоғаммен байланыс орнатып, ақпарат алмасып, қарым-қатынас жасап отырмыз. Әлеуметтік желілер әлеуметтік байланыстар орнату және қоғамдық пікірді қалыптастыру үшін маңызды (Robert West, 2014). Осы цифрлық медианың қарқынды дамуы арқылы адамның ақпаратты қабылдау, есте сақтау және талдау қабілеті уақыт өткен сайын шыңдалып жатыр. Сондықтан, бұл зерттеудің мақсаты Facebook және басқа да медиакүралдардың санамызға қалай әсер ететінін және олардың артықшылықтары мен қауіптерін анықтау болып табылады. Цифрлық ортаның артықшылықтары ретінде ақпаратқа қолжетімділік, байланыс жеңілдігі және өзін-өзі көрсету мүмкіндіктерін атауға болады. Сонымен қатар, цифрлық платформалардың қауіпті жақтары ретінде ақпараттың шектен тыс көптігін, психологиялық тәуелділік пен жалған ақпараттың таралуын нақты мысалдармен көрсетуге болады. Бұл артықшылықтар мен тәуекелдер туралы мақаланың негізгі бөлімінде қазақтілді Facebook топтарының мысалында талдайтын боламыз.

Әдебиеттерге шолу

Ғылыми мақаланы жазу кезінде және зерттеу тақырыбына байланысты әдебиеттерді жинақтау мен оларға шолу жасау барысында әлемдік деңгейдегі беделді ғылыми журналдарда жарияланған мақалаларды қарастыру аса маңызды. Біздің зерттеу бағытымызға және таңдалған тақырыпқа байланысты «Social Media + Society», «Communication Methods and Measures», «Communication Research», «New Media and Society», «International Journal of Press/Politics»,

«Journal of Communication», «Digital Journalism» және тағы да басқа Scopus деректер базасындағы кuartили ең жоғары ғылыми журналдардағы зерттеушілердің еңбектерін көруге болады.

Әлеуметтік медиа оларға өз зерттеулерін әлемнің түкпір-түкпірінде жылдам және тиімді жеткізуге мүмкіндік берді (Van Eperen, 2011). Жалпы әлеуметтік медианы, соның ішінде әлеуметтік желілерді зерттеп жүрген шетелдік ғалымдардың қатарында Yi Yang, Jacob Eisenstein, Robert West, Jure Leskovec, Christopher Potts, Yong Cao, Yova Kementchedjheva, Ruixiang Cui, Antonia Karamolegkou, Li Zhou, Megan Dare, Lucia Donatelli және тағы басқалар бар.

Әлеуметтік желілердің қоғамдық санаға ықпалы, жалпы әлеуметтік медиа тақырыбына қатысты Н. Қасымбекова, Н. Шыңғысова, С. Барлыбаева, А. Альжанова, С. Сейдаханов, Г. Султанбаева, Б. Төлеген, А. Ақынбекова, А.Белгараева, Е. Ормаханова және тағы басқа қазақтандық зерттеушілердің ғылыми мақалаларына назар аударуға болады. Қазақстандағы әлеуметтік медиа тақырыбы жалпылама зерттеліп жатқанымен, қазақ тілді топтарды зерттеуге ден қою, қазақ тілді аудиториялардың ерекшеліктеріне басымдық беру жағынан әлі де жетіспеушіліктер мен кемшіліктер бар. Қазақстандағы мемлекеттік тілдегі медиа платформаларды зерттеу қазіргі күннің өзекті мәселелерінің бірі болып қала береді.

Зерттеу әдістері

Осы мақаланың тақырыбы бойынша зерттеулер жүргізу және оны жазу барысында аралас әдістер қолданылды. Атап айтса, салыстыру, талдау, жіктеу және жүйелік әдіс сияқты жалпы танымдық әдістер қолданылды. Цифрлық медианың психологиялық әсерін зерттеу үшін Facebook пайдаланушылары арасындағы белсенді қолданушылардың жиі көтеретін тақырыптарына ерекше мән берілді. Қазақтілді топтардың шығу тарихына байланысты зерттеу жүргізу үшін олардың хронологиялық ерекшеліктері талданды. Сонымен қатар, платформадағы ақпарат таралуының ерекшеліктерін түсіну үшін мазмұнды талдау әдісі қолданылды. Жинақталған деректер сандық және сапалық әдістер арқылы өңделді. Бұл әдістерді кешенді түрде қолдану зерттеудің объективтілігі мен дәлдігін арттырады.

Талқылау

Өмірдің өзі қазіргі қоғамның қажеттілігі терең білім алуға, кәсіби шеберлік деңгейінде еркін бағдарлануға, өзін-өзі дамытуға және тәуелсіз моральдық шешім қабылдауға қабілетті медиа-бағдарланған тұлғаны қалыптастыру екенін дәлелдейді. Әркім өз білімі мен адами капиталын дамытуға қызығушылық танытуы керек болса да, заманауи ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуы кезінде технологиядағы барлық жаңалықтарды игеру мүмкін еместігі анық.

Интернет дәуірі басталып, әлеуметтік желі қолданысқа енгелі тұтас қоғам бүкіл ақпаратты әлеуметтік желінің түрлі платформаларынан алатын болды. Интернеттегі жылдамдық, әлеуметтік желілердің сан алуандылығы ақпаратқа қол жеткізу мүмкіндігін одан әрі жеңілдетті. Статистикаға жүгінсек, әлемдегі 7 мен 50 жас аралығындағы әрбір жер тұрғыны ең құрығанда бір әлеуметтік желіде тіркелген екен. Отандық сарапшылардың пікірінше, дүниежүзіндегі отыз жасқа дейінгі халықтың 50 пайызы, жаңа ғасырда туылғандардың 96 пайызы әлеуметтік желілерді пайдаланады. Қазірде әлем халқының 57 пайызы бетпе-бет тілдесуден гөрі ғаламтор арқылы тілдеседі екен (Кәлімхан, 2020). Негізі әлеуметтік желі 2-3 жылдың ішінде үлкен бір күшке айналды. Тіпті, «қаруға» айналды десек те болады. Негізі, әлеуметтік желі әу бастағы

мақсатынан айырылды. Ол бастапқыда таныстармен, достармен араласып, сурет салатын ақпараттық алаң еді. Ал, біздің елімізде ол қазір саясиланып кетті (Мұқаш, 2016).

Қазіргі уақытта интернет пен әлеуметтік желілер қоғамдық сананы қалыптастыратын күштерге айналды. Ол қоғамдық пікірді анықтаудың, оқырманмен және халықпен байланыс орнатудың ең қарқынды дамып келе жатқан құралы ретінде қызмет етеді. «Медиа кеңістікті қазіргі адамзат баласының барлық қызметтері мен қарым-қатынастары (желі арқылы жүзеге асырылатын механикалық, физикалық немесе басқа байланыс және т.б.) деп түсіну керек» (Kietzmann, 2011: 242).

Медиа сауаттылықты қалыптастыру мәселесін көтерген кезде медиа кеңістіктің ерекшелігін және оның қоғамдық санада көріну сипатын анықтау қажет, өйткені бұл өндірістің ықпалын арттыру құралы болып табылатын ақпараттық ресурстар, сондай-ақ ішкі және әлемдік нарықтардағы бәсекелестікті күшейтетін құрал ретінде ерекше мән беруді қажет етеді деп санаймыз. Бұл адамдардың мәдени бейімделуін қамтиды (Yong Cao, 2024). «Exploding Topics» сайтындағы зерттеулерге назар аударатын болсақ, әлем бойынша ең көп қолданылатын платформа – Facebook (1 кесте). Онда әлем бойынша ең танымал 35 әлеуметтік медиа көрсетілген, соның ішінде біз алдыңғы қатарлы он әлеуметтік желіні назарға алдық.

1-кесте – Қолданылуы жағынан әлемдегі ең танымал әлеуметтік желілер [Howarth, 2024].

Рейтинг	Әлеуметтік медиа желісі	Ай сайынғы белсенді қолданушылар	Ай сайынғы органикалық трафик
1	Facebook	3.06 миллиард	13,100,000,000
2	YouTube	2.70 миллиард	73,000,000,000
3	WhatsApp	2.40 миллиард	3,900,000,000
4	Instagram	2.35 миллиард	6,700,000,000
5	TikTok	1.67 миллиард	2,700,000,000
6	WeChat	1.31 миллиард	6,100,000
7	Messenger	1.10 миллиард	253,700,000
8	Telegram	900 миллион	615,100,000
9	Viber	820 миллион	17,300,000
10	Snapchat	800 миллион	189,300,000

Facebook Қазақстанда да жиі қолданылатын әлеуметтік желінің бірі және аудиториясының ерекшеліктеріне байланысты ең салмақты ақпараттық платформа деген тұжырым жасауға болады. Мысалы, Инстаграм көбінесе жарнамалық, бизнес саласындағы әлеуметтік желі ретінде танылса, Тик-ток көбінесе ойын-сауықты қалайтын аудиторияның алаңы сияқты көрінеді. Сол сияқты Фейсбуктің аудиториясына да жалпылама сипаттама беруге болады. Ол көбінесе саяси, экономикалық, әлеуметтік, гендерлік саясатты талқылайтын алаңға айналған. Қоғамдағы түрлі мәселелер әлеуметтік желілер арқылы жарияланып, тіпті кейбір жарияланымдар қоғамдық резонанс тудырып жатады. Қоғамдық резонансқа билік өкілдерінің немесе лауазымды тұлғалардың реакциясын да анық байқайтын кездер болады. Кейбір күрделі мәселелердің әлеуметтік желілерде, әсіресе Фейсбук платформасында кеңінен талқыланып, проблеманың түбегейлі шешімін тапқан жағдайлар да кездеседі. Бұл осы желідегі бұқаралық белсенділіктен байқалады. Бұқаралық қатысу әлеуметтік, азаматтық және саяси қызметке араласу ретінде анықталады. Әдетте, бұқаралық қатысу дегеніміз басқа адамдардың мінез-құлқы мен көзқарастарының әлеуметтену әрекеттеріне әсер етуді немесе мемлекеттік лауазымды тұлғаға нақты саяси шешім қабылдауды талап ететін әлеуметтік саяси өзгерістерді жүзеге асыруды қамтиды (Альжанова, т.б., 2023: 55). Осылайша, медиа кеңістіктің қызметі адамның «екінші табиғатын» қалыптастырады, ол өз қызметінде бес функцияны орындайды: экстенсивті, аспаптық, коммуникативті, интерактивті және мультимедиялық (Ахметова, 2018: 75). Әлеуметтік желілердің қайсысы болса да жалпыға ортақ қоғамдық мәдениет болуы маңызды. Жаңа ақпараттық орта дегеніміз – бұл мәдениетті ортаның жаңа контексті, оған бейімделе білу керек (Степанов, 2013). Қазақтілді Фейсбук желісінде мәдениеттіліктің түрлі деңгейін көруге болады. Әрбір желі қолданушысы қазақтілді топтардың мағынасы мен мазмұнына қарай өзіне қажет контентті жіктеп алуға мүмкіндігі бар. Мысалы, «Өмір сырлары» тобында көбінесе романтикалық жазбалар, тәрбиелік мәні бар, отбасылық құндылықты дәріптейтін жазбалар жарияланады. «Қоғам үні» тобында көбінесе елдегі саяси ахуалға алаңдаушылық білдіретін постар, қоғамдағы заңсыздықтар мен жемқорлықтарды, әлеуметтік проблемаларды баяндайтын жазбаларды байқауға болады. Сонымен қатар, бұл

топта дінге қарсы саясат жүргізіп отырған белсенділердің бар екенін де аңғару қиын емес.

Зерттеушілер әр елде медиа сауаттылықтың дамуын оны бірнеше деңгейге бөле отырып қарастырады. Онда ғалымдар жалпы қоршаған ортаны, әлеуметтік ерекшеліктерді, жалпы қоғамды ескере отырып, халықтың қай тобы бұқаралық ақпарат құралдарына көбірек бағытталғанын анықтай алды. Сонымен қатар, сандық ортаның Фейсбук және медиа пайдаланушыларының санасына қалай әсер ететінін анықтау мақсатында зерттеу элементтері қолданылды, бұл медиа кеңістіктің құрамына жалпылама баға беруге көмектесті. Бұдан бөлек қазақ тілді топтардың даму тенденциясын анықтау мақсатында оларға хронологиялық зерттеу жүргізілді. Бұл нақты қай жылдары қазақ тілді топтардың даму динамикасы өскенін көруге жәрдемдеседі.

Елдің жалпы медиа сауаттылығы елдегі медиа сауаттылық бағдарламаларының қолжетімділігіне және халықтың қанша пайызы интернетпен қамтамасыз етілгеніне қарай бағаланады. Атап айтқанда, адамдардың жеке медиа сауаттылығын, яғни қандай бағдарламаларды қолданатынын, сыни тұрғыдан ойлау деңгейін, пайдаланушының ақпаратты талдауға, түсінуге, ой елегінен өткізуге, дәлелдерді табуға қаншалықты қабілетті екенін көрсететін техникалық құрамдас бөліктер бар.

Адамның бүкіл өмірі ақпаратпен байланысты. Ақпарат қоғаммен, қоршаған ортамен тығыз байланысты. Адамның ақпараттық кеңістігіне жаһандық орта әсер етеді. Ал жаһандық орта өз кезегінде «жеке тұлғаның ақпараттық кеңістігінің» жиынтығы болып табылады (Сабитов, 2013). Сондықтан, қазіргі ақпарат ағынында пайдалы ақпаратты іріктей білу – медиасауаттылықтың көрінісі ретінде бағаланады. Нақтырақ айтса, медиа мәдениет ақпаратты беру мәдениетін және оны қабылдау мәдениетін қамтиды; ол сондай-ақ медиа мәтінді қабылдауға, талдауға, бағалауға, медиа жасаумен айналысуға, медиа саласындағы жаңа білімді меңгеруге қабілетті адамның даму деңгейінің көрсеткіші ретінде әрекет ете алады (media-ecology.org, 2023).

Медиа этиканың тарихи контексті журналистикадағы дәлдік, әділеттілік міндетін орындауын қамтамасыз етеді. Медиа этика эволюциясы баспасөздің сенімі мен тұтастығын сақтаудағы осы принциптердің негізгі рөлін айқындайды (Жаксылыкбаева және басқалар, 2024: 74).

Нәтижелер

Фейсбуктегі қазақтілді топтардың қалыптасу және даму тенденциялары

Facebook әлеуметтік желісі елдегі қоғамдық-саяси кез келген оқиғаны жан-жақты талқылап, түрлі пікірлерді тоғыстыратын алаң (Kassymbekova, 2022: 70) Соңғы жылдары Фейсбукте қазақ тілді ортаның даму тенденциясы байқалады. Оған дәлел қазақ тілді топтардың көбеюі және мемлекеттік билік тарапынан осы топтардағы жазбаларға назардың аударыла бастауы деуге негіз бар. Фейсбук платформасындағы қазақ тілді топтардың белсенділігі мен аса қарқынмен дамуының бірнеше себептері бар деп болжаймыз. Олардың негізгі себептері ретінде: цифрлық сауаттылықтың артуын; азаматтардың, әсіресе қазақ жастарының ана тіліне деген қызығушылығының жоғарылауын; соңғы жылдардағы қазақтілді контенттердің көбеюін; ұлттық мәселелерді талқылаудың қажеттілігін;

әлеуметтік және қоғамдық белсенділіктің артуын; бизнес пен қауымдастықтардың қазақ тілінде дамуын; мемлекеттік саясат пен насихаттың қазақ тіліне бағытталуын көрсете аламыз. Фейсбуктегі қазақтілді топтардың белсенділігі ұлттық сана-сезімнің өсуімен, интернетке кең қолжетімділікпен және қазақ тілді аудиторияның өзара пікір алмасу қажеттіліктерімен тығыз байланысты. Бұл құбылыс тек тілдік қана емес, әлеуметтік-мәдени өзгерістердің де көрінісі болып табылады.

Фейсбуктегі қазақ тілді топтардың жылдар бойынша даму динамикасын анықтау үшін олардың хронологиялық деректеріне назар аударамыз. Зерттеу нысаны ретінде Фейсбук платформасындағы жазылушысы көп, бірнеше қазақ тілді топтар туралы мәліметтерді (2 кесте) жинақтап, олардың құрылған кезеңдерін жіктеу арқылы қазақ тілді топтардың белсенділігін көруге және жылдардағы даму динамикасын анықтауға болады.

2-кесте – Фейсбук платформасындағы қазақ тілді топтар туралы мәліметтер

№	Топтың атауы	Топ ашылған аймақ	Құрылған уақыты	Жазылушылар саны (мың)
1	Шындықтан қаша алмайсың	Алматы	2016 ж.	391 000
2	Өмір сырлары	Қызылорда	2018 ж.	143 000
3	Online Qazaqstan	(көрсетілмеген)	2016 ж.	473 000
4	Қазақстан Отаншылдары	Ақмола облысы	2018 ж.	50 000
5	Мұсылман күнделігі	(көрсетілмеген)	2019 ж.	59 000
6	Қоғам үні	(көрсетілмеген)	2019 ж.	42 000
7	Өзіміз отырып шәй ішейік	Алматы облысы	2016 ж.	28 000
8	Қазақстан ұстаздары	Алматы	2013 ж.	208 000
9	Қазақ ұлттық идеологиясы	(көрсетілмеген)	2019 ж.	2 000
10	Жақсы сөз – жарым ырыс	Астана	2018 ж.	180 000

Кестеден көргеніміздей, 2016, 2018 және 2019 жылдары Фейсбук платформасында қазақ тілді топтардың құрылуы тұрғысынан белсенділікті байқауға болады. Қазақ тілді топтарды құрушы белсенді аймақ ретінде Алматы қаласын атай аламыз. Жазылушылар туралы мәліметтер бойынша «Шындықтан қаша алмайсың» және «Online Qazaqstan» топтары алдыңғы қатарда, бұл топтар жарты миллионға жуық адамды топтастырып отыр және екеуі де 2016 жылы құрылғанын көруге болады. Аталған топтардың

мазмұнына мән беретін болсақ, бұл топтар қоғамдағы өзекті әлеуметтік мәселелерді көтеруге, елдегі саяси-экономикалық ахуалға ықпал етуге бағытталған іс-шараларды қамтуға тырысатынын байқауға болады. 2016 жылы Қазақстанда жер дауына байланысты қоғам арасында толқулар мен бейбіт шерулер өткен болатын. Ұлттық экономика министрі Ерболат Досаев 2016 жылдың 1 шілдесінен бастап 1,7 миллион гектар ауыл шаруашылығы жерлері аукционға шығарылатынын хабарлаған (Севостьянова, 2016).

Ақтөбе мен Семейде жерді сатуға қарсы жаппай митингілер өткен болатын (Муканкызы, 2016). Дәл осы тұста Фейсбук платформасында қазақ тілді топтардың көбеюін осындай халыққа ортақ құндылықтар себеп болды деп болжауға негіз бар. Бұл топтың бағытын айқындай отырып, барынша көп адамдардың топқа қосылуына әсер етті деген тұжырым жасаймыз.

Қазақтілді топтардың 2019 жылы да көптеп құрылғанын байқауға болады. Бұл кезең де Қазақстан халқы күшін әлеуметтік-саяси шиеленіске толы уақыттар болғанын ескерсек, «Қоғам үні», «Қазақ ұлттық идеологиясы» топтарының осы жылдары құрылғаны кездейсоқтық емес деп бағалауға болады. Осы кезеңде Астана қаласының атауын Нұр-Сұлтан қаласына ауыстыру мәселесі көтерілген болатын. Одан бөлек кезектен тыс президент сайлауы да, содан кейінгі президенттің Қытай еліне сапары да қоғам арасында наразылық туғызды. Сондай-ақ, дәл осы жылы Астана қаласында 5 сәбидің өрттен қаза болу фактілері де орын алды. Осындай қоғамдағы ұлтқа ортақ проблемалар қазақстандық азаматтардың санасына жаппай ықпал етіп қана қойған жоқ, сонымен қатар олардың саяси белсенді болуына ықпал еткен факторлар болды.

Фейсбуктегі қазақтілді екі топтың салыстырмалы ерекшеліктері

Қазақстанда интернетке қолжетімділік жақсарып, уақыт өткен сайын халықтың цифрлық сауаттылығы артып келеді. Бұл қазақтілді аудиторияның әлеуметтік желілерге белсенді түрде қосылуына мүмкіндік беріп отыр. Қазақтілді топтарды зерттеу динамикасы көрсеткендей, соңғы жылдары қазақ тіліне деген сұраныс артып, ұлттық мәдениет пен тілге назар аудару күшейді. Әлеуметтік желілер, соның ішінде Фейсбук желісі қазақ тілінде сөйлеп, пікір алмасуға ыңғайлы платформаға айналды. Facebook-тегі қазақ тіліндегі топтар мен парақшалар ақпарат, жаңалық, білім және ойын-сауық контентін ұсына отырып, аудиторияны қызықтыра бастады. Бұл ізденісте жергілікті контент жасаушылардың белсенділігі ерекше маңызға ие.

Біздің зерттеу нысанымыздағы «Өмір сырлары» мен «Қоғам үні» топтары да қазақ қоғамы арасында өзіндік орны бар топтарға жатады. Екі топтың қазақ қоғамындағы әлеуетін, қоданылу аясын анықтау мақсатында салыстырмалы түрде олардың құрылу уақытын, жазылушылар мен жарияланымдар санын, лайк көрсеткіштерін кестеге саламыз (3 кесте).

3-кесте – «Өмір сырлары» және «Қоғам үні» топтарының қазақ қоғамындағы әлеуеті мен қоданылу аясының көрсеткіштері

Топ атауы	Құрылған уақыты	Жазылушылар саны (мың)	Күніне жарияланатын, бөлісетін пост саны	Максималды қаралым саны, 2024 жылдың қазан, қараша, желтоқсан айларының мәліметі бойынша (мың)
«Өмір сырлары»	2019 жылғы 8 мамыр	143 000	70-тен 100-ге дейінгі аралықта	17000
«Қоғам үні»	2019 жылғы 30 сәуір	42 000	60-тан 80-ге дейінгі аралықта	8000

«Өмір сырлары» тобындағы жарияланып жатқан тақырыптардың мазмұндық ерекшеліктерін талдай келе бұл топта денсаулыққа қатысты мәселенің аудиторияда сұранысқа ие екенін байқауға болады. Мысалы, 1 кестеде көрсетілген 2024 жылдың қазан, қараша, желтоқсан айларының мәліметтері бойынша ең көп жиналған қаралым көрсеткіші де осы тақырыпқа байланысты. Қоғамдық резонанс тудырған постың бірі – Марат Ахметов есімді Фейсбук қолданушысының «Көріпкелдік – қызығатын бақ емес» атты посты. Автор онда өзінің кісі емдейтін және бала күнінен көріпкелдік қа-

сиеті бар екенін өмірінен мысал келтіре отырып жазады (<https://www.facebook.com/share/p/1BhcEoEWDh/>). Постқа пікір білдірген 130 адамның ішінде дертіне шипа сұрағандар көп. Осы автордың «Пышақсыз ота», «Онкологияға қарсы онлайн ем», «Өттен кетті тас», «Бүкірлік жазыла бастады» және тағы басқа постары жарияланды. Бұл көрсеткіш бір жағынан қоғамда дәстүрлі медицинаға деген сенімсіздіктің бар екенін көрсетсе, екінші жағынан қоғамда деградацияға ұшыраған адамдардың да үлесі басым екенін аңғартады. Себебі, алақанмен ем жүргізу немесе онлайн ем жүргізудің мүмкін еместігін

саналы адамдарға түсіну қиын емес. Сонымен қатар, бұл топтағы ұлттық тәрбиеге қатысты, ойын-сауыққа негізделген жарияланымдардың

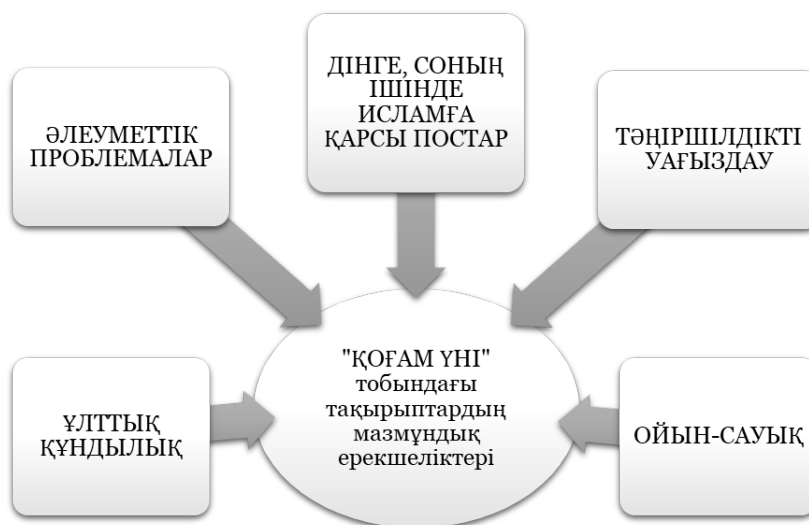
да қаралымы жақсы екенін байқауға және топтағы тақырыптардың мазмұндық ерекшеліктерін *1 суреттен* көруге болады.



1-сурет – «Өмір сырлары» тобындағы тақырыптардың мазмұндық ерекшеліктері

Келесі «Қоғам үні» тобындағы жарияланып жатқан тақырыптардың мазмұндық ерекшеліктерін талдай келе бұл топта исламофобиялық көзқарас басым екенін байқауға болады және осы тақырып төңірегінде өте көп постар салынады. Мәселен, 2024 жылдың соңғы айларындағы мәліметтерге назар аударсақ дінге, соның ішінде исламға қарсы постардың жиілегенін, керісінше тәңіршілдікті уағыздау ұлғайғанын байқамыз. Мысалы, Асылбек Шаханов есімді желі қолданушының «Алексей бауырымыз ислам қабылдады» атты бейнесін Ернар Балгазин есімді «Қоғам үні» тобының қолданушысы бөлісіп, ондағы топ мүшелері негативті пікірлер жазғанын көруге болады. Берик Дандибаев есімді адам: «Дінін сатқанды құдай қабылдамайды» деген пікірін оқуға болады (<https://www.facebook.com/share/p/15N2x8KXzv/>). Жалпы аталған постқа қойылған белгілерге назар аударатын болсақ, «күлген», «ашуланған» смайликтерді көреміз. Бұдан бөлек, Қуаныш Карашалұлының мешіттегі жұма намазынан салған посты да оқырмандар тарапынан келеке мен күлкіге айналдырған. Осы постың астында: «Діни бизнес», «Дін ақшаның құлы» және тағы басқа пікірлер бар. Анайы әрі

ауыр пікірлерді де кездестіруге болады (<https://www.facebook.com/share/r/18CZKVnvEz/>). Осы топтың мүшесі Meruert Kutarys «Қазақстанда діни балабақша...балаларға 2 жасынан арабша дұға үйретуде» атты democrat.kz сайтының жазбасымен бөліскен. Бұл бөлісу топ мүшелерінің ортасында резонанс тудырды. «Діни балабақша, мектеп дегендерді аштырмау керек», «Соттау керек бұларды» деген мағынадағы жағымсыз пікірлердің басым екенін байқауға болады (<https://www.facebook.com/share/p/1Qp1dq6pMf/>). Бұл қазіргі қазақ қоғамында дінді жақтаушылар мен даттаушылардың екі топқа бөлініп, көзқарастың ушығып тұрған сәтін пайдаланып, сол арқылы сайттың қолданысын кеңейтуді көздейтін ақпарат құралдарының іс-әрекеті деп бағалаймыз. Өйткені, БАҚ-тың қазіргі қоғамдағы ықпалы мен рөлін ескере отырып бұқаралық ақпарат құралдарының интеграцияланған әлеуеті БАҚ экологиясында тарих экологиясының, саясат экологиясының, дін экологиясының және сол сияқтылардың іргелес салаларының барлығына ықпал етеді (Верещагин, 2018). Бұл топтағы тақырыптардың мазмұндық ерекшеліктері де сан алуан (*2 сурет*).



2-сурет – «Қоғам үні» тобындағы тақырыптардың мазмұндық ерекшеліктері

Цифрлық ортаның Фейсбук және медиа пайдаланушыларының санасына әсерін зерттеудің нәтижелері қазақ қоғамындағы Facebook топтарының қоғамдық санаға айтарлықтай ықпалы зор екенін және олардың артықшылықтары мен қауіпті тұстары бар екенін көрсетті. Артықшылықтары – пайдаланушылардың жаһандық байланыс орната отырып, бір бірімен виртуалды қарым-қатынас жасау мүмкіндігі, ақпарат алмасу жылдамдығы және өзіндік ой-пікірлерін білдіру еркіндігі. Әлеуметтік желідегі кез келген постар немесе пікірлер автордың әлеуметтік желідегі ұстанымына байланысты (Yi Yang, 2017). Дегенмен, зерттеу барысында негативті, сонымен қатар жалған ақпараттың кең таралуы, платформаға деген тәуелділік және психологиялық қысым мәселелері де зерттеу барысында анықталды. Әлеуметтік топтың тілі нормадан ауытқыған жағдайлар (Li Lucy, 2021) да байқалады. Осы ретте бұқаралық белсенділіктің маңызы зор. Көпшіліктің азаматтық және саяси белсенділігінің артуына да бұқаралық белсенділік ықпал етеді (Олешко, 2019: 12). Жеке өмірге, ар-намыс пен қадір-қасиетті қорғауға, ұлттық қауіпсіздік пен биліктің заңдылығы мәселелеріне қатысты көзқарас қақтығыстары кездесуі заңдылық. Дегенмен мұнда басты шара ретінде қоғамның мүддесі қабылдануы керек (Иванов, 2013: 233). Кез-келген ақпаратты таратарда оның шынайылығын толыққанды тексеру, саралау және өзге ақпарат көздерінде тараған ақпараттарды бөліспес бұрын фактчек жүргізу мәселесін қолға

алуы болса, жекелеген азаматтардан үшін, сенімді ресми ақпарат көздерін пайдалану, манипуляцияға және эмоцияға құрылған ақпаратты ажырату, ақпарат көзін тексеру мен сенімсіз ақпаратпен бөліспеу сынды қабілеттерді меңгеруі талап етіледі (Шакенова, 2024: 102).

Қазақстандағы және әлемдегі ғылым жаңалықтарынан ғылыми-танымдық ақпаратты жүргізіп отырған Telegram арнасының авторы Дина Имамбай Қазақстандағы әлеуметтік желілерге жүргізілген шолуды жариялайды. Онда «Brand Analytics» зерттеуі бойынша 2024 жылдың тамыз айындағы көрсеткіштер берілген. Қазақ тіліндегі топ-5 ақпарат көзі ретінде Telegram-ды алғашқы орынға қойған, себебі онда 2024 жылдың тамыз айында 7,97 миллион ақпарат жарияланғаны және әзірге жаңалық таратудың танымал көзі осы желі болып отырғаны айтылған. Арна авторы: «Бізде саясат пен неше түрі тақырып талқыланатын үлкен алаң, әрине, Facebook. Бұл желіде биылғы тамыз айында қазақ тілінің үлесі 43,2% болыпты. Эмодзи, қысқа постар, хэштегтерді есептегенде» деген тұжырым жасаған (<https://t.me/mediatanym>).

Қорытынды

Facebook және басқа да медиа платформалар цифрлық ортаның маңызды бөлігі бола отырып, адамдардың санасына айтарлықтай әсер етеді. Бұл зерттеу қазақтілді әлеуметтік желілерді дамыта отырып, олардың артықшылықтарын

тиімді пайдалану үшін медиасауаттылықты арттыру қажеттігін көрсетті. Зерттеу нысанындағы «Өмір сырлары» және «Қоғам үні» топтарындағы тақырыптардың мазмұны мен олардың бұқаралық санаға ықпалын салыстыра келе келесідей қорытынды жасауға болады:

1. Желі пайдаланушылары өздерінің қызығушылықтарына, өмірге деген көзқарастарына, түпкі саналарына байланысты топтасады және сол «ортақ» мүддені «қорғау» үшін әлеуметтік желіде отырады.

2. Шынайы қоғамда ұлттық идеология болмағанымен виртуалды әлемде тіл, ұлттық құндылыққа қатысты тақырыптарда ауызбіршілік танытады.

3. Дін мәселесінде топтық қақтығыстардың көріністері бар. Бұл дәстүрлі ислам діні мен тә-

ңіршілдікті дәріптеушілердің арасындағы қарама қайшылықтан басталады. Дәстүрлі дінді жақтаушы «Өмір сырлары» тобының жазылушыларының көптігі қазақ қоғамындағы аталған дінші жақтаушылардың көптігін байқатады.

Ұсыныстар:

Осы жасалған қорытындылардың негізінде төмендегідей ұсыныстарды беруге болады:

- Facebook және басқа да медиа платформалардағы қазақ тілді топтардың сапалық көрсеткіштерін арттыру үшін барынша медиасауатты, жоғары мәдениетті топтарға ұйысу;

- болашақта цифрлық ортадағы қауіпті азайту мақсатында ақпараттық саясатты және ақпараттық сауаттылықты жетілдіру және пайдаланушылардың медиамәдениетін дамыту қажет.

Әдебиеттер

- Альжанова А.Б., Алибаева А., Жилькельдиева Г.Е. (2023). Цифровая грамотность в информационном пространстве в условиях современности. Л.Г.Гумилев атындағы ЕҰУ Хабаршысы, Журналистика сериясы. 2 (143) Стр.53-65
- Ахметова Л.С. (2016). Қазақстандағы медиабілім: мәселелерді шешу. Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті. ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. – Алматы: – №2 (40). – 233 б.
- Верещагин О.А. (2018). Экодискурс и его номологические корреляты в социогуманитаристике. Гуманитарные ведомости ТГПУ им.Л.Н.Толстого №3(27), том 2
- Жаксылықбаева, Р., Буркитбаева А., & Қабылғазина, К. (2024). Интернет дәуіріндегі журналистік этика: сын-тегеуріндер мен мүмкіндіктер. Журналистика сериясы, 74(4), 74–84. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.6>
- Ибрагимова Р.Р. (2013). Массмедиа и экология мышления. Вестник Челябинского государственного университета. №21(312). Филология. Искусствоведение. Вып.80.стр. 230-233
- Иванов В.Ф. (2013). Медиабезопасность в информационном обществе. Вестник Челябинского государственного университета. №21 (312). Филология. Искусствоведение. Вып.80.стр. 233-243
- Кәлімхан Л. (2020). Әлеуметтік желі «әлеуметсізденуге» алып келмей ме? 22.07.2020. [Электронды ресурс]. – URL: <https://alataugazeti.kz/archives/76770>
- Мұқанқызы М. (2016). Митинги по земельному вопросу в Актобе и Семее. 27 апреля 2016. [Электронды ресурс]. – URL: <https://rus.azattyq.org/a/semey-aktobe-mitingi-zemelniy-vopros/27701331.html>
- Мұқаш М. (2016). Әлеуметтік желінің әлеуеті мен кері әсері. 15.05.2016. [Электронды ресурс]: URL <https://qazaqstan.tv/news/75230/>
- Олешко В.Ф. (2019). Коммуникативно-культурная память в контексте реализации информационных стратегий масс-медиа. №19(264). Стр.12-23
- Степанов В. (2013). Основы медиаграмотности и медиаэкологии. Минск. 13 октября 2013 г.
- Сабитов Д. (2013). Необходимость медиа экологии в журналистском образовании. 11 января 2013 г.
- Севостьянова И. (2016). 1,7 млн гектар сельхозземель будет выставлено на аукцион в середине 2016 года. 30.03.2016. [Электронды ресурс]. – URL: <https://vlast.kz/novosti/16538-17-mln-gektar-selhozzemel-budet-vystavleno-na-aukcion-v-seredine-2016-goda.html>
- Шәкенова Ш. (2024). Цифрлық технологиялардың даму кезеңіндегі медиасауаттылық мәселелері. Журналистика сериясы, 74(4), 99–108. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.8>
- Howarth J. (2024). Top 35 Social Media Platforms. [Электронды ресурс]. – URL: <https://explodingtopics.com/blog/top-social-media-platforms>
- Kassymbekova N. M., & Shyngyssova, N. T. (2022). The role of social networks in public opinion shaping. Herald of Journalism, 65(3), 68–76. <https://doi.org/10.26577/HJ.2022.v65.i3.07>
- Kietzmann, Jan & Hermkens, Kristopher & McCarthy, Ian & Silvestre, Bruno. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*. 54. 241-251. 10.1016/j.bushor.2011.01.005.
- Li Lucy, David Bamman; Characterizing English Variation across Social Media Communities with BERT. Transactions of the Association for Computational Linguistics 2021; 9 538–556. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00383
- media-ecology.org, 2023. The Media Ecology Association (MEA). [Electronics Resource] – URL: <https://media-ecology.org/>
- Mussa N., & Myssayeva, K. (2024). How are conflicts covered in social media? The case study of Kazakhstan’s telegram channels «ORDA» and «Kazinform». Herald of Journalism, 73(3), 54–64. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v73.i3.5>

Robert West, Hristo S. Paskov, Jure Leskovec, Christopher Potts; Exploiting Social Network Structure for Person-to-Person Sentiment Analysis. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 2014; 2 297–310. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00184

Tergembay K., Mamankul A., Shukuyeva M., Yesdauletov A. (2024). Media Coverage of Conflict Situations in Kazakhstan in the Early Years of Independence. *International Journal of Media and Information Literacy*. 2024. 9(1)

Van Eperen, L., & Marincola, F. M. (2011). How scientists use social media to communicate their research. *Journal of translational medicine*, 9, 199. <https://doi.org/10.1186/1479-5876-9-199>

Yong Cao, Yova Kementchedjheva, Ruixiang Cui, Antonia Karamolegkou, Li Zhou, Megan Dare, Lucia Donatelli, Daniel Hershovich; Cultural Adaptation of Recipes. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 2024; 12 80–99. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00634

Yi Yang, Jacob Eisenstein; Overcoming Language Variation in Sentiment Analysis with Social Attention. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 2017; 5 295–307. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00062

References

Alzhanova A.B., Alibayeva A., Zhilkeldieva G.E. (2023). Tsifrovaia gramotnost v informatsionnom prostranstve v usloviakh sovremennosti [Digital literacy in the information space in modern conditions]. // L.Gumilev atyndagi EUU Khabarshysy, Journalism series. 2 (143) pp.53-65

Akhmetova L. S. (2016). Qazaqstandagy mediabilim: maselelerdi sheshu [Media education in Kazakhstan: problem solving]. Al-Farabi Kazakh National University. Kaznu bulletin. Journalism series. – Almaty: – №2 (40). – P. 233

Vereshchagin O.A. (2018). Ekodiskurs i ego nomologicheskie korreliaty v sotsiogumanitaristike [Ecodiscourse and its nomological correlates in socio-humanitarianism] // Humanitarian Bulletin of Tolstoy State Pedagogical University No. 3(27), volume 2

Ibragimova R.R. (2013). Massmedia i ekologiya myshleniia [Mass media and the ecology of thinking] // Bulletin of the Chelyabinsk State University. No.21(312). Philology. Art history. Issue 80.pp. 230-233

Ivanov V.F. (2013). Mediabezopasnost v informatsionnom obshchestve [Media security in the information society] // Bulletin of the Chelyabinsk State University. №21 (312). Philology. Art history. Issue 80.pp. 233-243

Kalimkhan L. (2020). Aleumettik zheli «aleumetsizdenuge» alyp kelmei me? [Does the social network not lead to “de-socialization”?] // 22.07.2020. [Electronics Resource] URL: <https://alataugazeti.kz/archives/76770>

Kassymbekova N. M., & Shyngyssova, N. T. (2022). The role of social networks in public opinion shaping. *Herald of Journalism*, 65(3), 68–76. <https://doi.org/10.26577/HJ.2022.v65.i3.07>

Kietzmann, Jan & Hermkens, Kristopher & McCarthy, Ian & Silvestre, Bruno. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*. 54. 241-251. 10.1016/j.bushor.2011.01.005.

Li Lucy, David Bamman; Characterizing English Variation across Social Media Communities with BERT. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 2021; 9 538–556. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00383

Mukash M. (2016). Aleumettik zhelinin aleueti men kery aseri [Potential and negative impact of the social network]. 15.05.2016. <https://qazaqstan.tv/news/75230/>

Mukankizi M. (2016). Mitingi po zemelnomu voprosu v Aktobe i Semey. 27 aprelya 2016 [Rallies on the land issue in Aktobe and Semey. April 27, 2016]. [Electronics Resource]. – URL: <https://rus.azattyq.org/a/semey-aktobe-mitingi-zemelny-vo-pros/27701331.html>

media-ecology.org, 2023. The Media Ecology Association (MEA). [Electronics Resource] – URL: <https://media-ecology.org/>

Mussa N., & Myssayeva, K. (2024). How are conflicts covered in social media? The case study of Kazakhstan’s telegram channels «ORDA» and «Kazinform». *Herald of Journalism*, 73(3), 54–64. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v73.i3.5>

Oleshko V.F. (2019). Kommunikativno-kulturnaia pamiat v kontekste realizatsii informatsionnykh strategii massmedia [Communicative and cultural memory in the context of the implementation of mass media information strategies] // No.19(264). pp.12-23

Robert West, Hristo S. Paskov, Jure Leskovec, Christopher Potts; Exploiting Social Network Structure for Person-to-Person Sentiment Analysis. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 2014; 2 297–310. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00184

Sevostyanova I. (2016). 1,7 mln hektar selkhozemel budet vystavleno na auktsion v seredine 2016 goda [1.7 million hectares of agricultural land will be put up for auction in mid-2016]. 03/30/2016. [Electronics Resource]. – URL: <https://vlast.kz/novosti/16538-17-mln-hektar-selkhozemel-budet-vystavleno-na-aukcion-v-seredine-2016-goda.html>

Shakenova Sh. (2024). Tsifrylyk tekhnologiyalaryndy damu kezenindegi mediasauattylyk meseleleri [Problems of media literacy at the stage of development of digital technologies]. *Journalism series*, 74 (4), 99-108. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.8>

Stepanov V. (2013). Osnovy mediagramotnosti i mediaekologii [Fundamentals of media literacy and media ecology] // Minsk. October 13, 2013

Sabitov D. (2013). Neobkhodimost media ekologii v zhurnalistskom obrazovanii [The need for media ecology in journalistic education] // January 11, 2013

Tergembay K., Mamankul A., Shukuyeva M., Yesdauletov A. (2024). Media Coverage of Conflict Situations in Kazakhstan in the Early Years of Independence. *International Journal of Media and Information Literacy*. 2024. 9(1)

Howarth J. (2024). Top 35 Social Media Platforms. [Electronics Resource]. – URL: <https://explodingtopics.com/blog/top-social-media-platforms>

Zhaksylykbaeva R., Burkitbaeva A., Kabylgazina K. (2024). Journalistic ethics in the internet age: challenges and opportunities. *Journalism series*, 74(4), 74-84. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.6>

Van Eperen, L., & Marincola, F. M. (2011). How scientists use social media to communicate their research. *Journal of translational medicine*, 9, 199. <https://doi.org/10.1186/1479-5876-9-199>

Yong Cao, Yova Kementchedjheva, Ruixiang Cui, Antonia Karamolegkou, Li Zhou, Megan Dare, Lucia Donatelli, Daniel Hershovich; Cultural Adaptation of Recipes. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 2024; 12 80–99. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00634

Yi Yang, Jacob Eisenstein; Overcoming Language Variation in Sentiment Analysis with Social Attention. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 2017; 5 295–307. doi: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00062

Авторлар туралы мәліметтер:

Тергембай Кенжегүл (корреспондент автор) – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультетінің докторанты (Астана, Қазақстан, электронды пошта: tergembay@mail.ru);

Иргусаева Асылжан – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультетінің докторанты (Астана, Қазақстан, электронды пошта: aselekbalapan@yandex.ru).

Information about authors:

Tergembay Kenzhegul (corresponding author) – Doctoral student, Faculty of journalism and Social Sciences, L.N. Gumilev Eurasian National University (Astana, Kazakhstan, e-mail: tergembay@mail.ru);

Irgussaeva Assylzhan – Doctoral student, Faculty of journalism and Social Sciences, L.N. Gumilev Eurasian National University (Astana, Kazakhstan, e-mail: aselekbalapan@yandex.ru).

*Келіп түсті: 14 қараша 2024 жыл
Қабылданды: 28 қаңтар 2025 жыл*