

А.Т. Бельдибекова

Ясауи ғылыми зерттеу орталығы, Өзірет-Сұлтан ұлттық
тарихи-мәдени мұражай-қорығы, Түркістан, Қазақстан
e-mail: aliyabeldibekova@gmail.com

РУХАНИЯТ ПЕН ЦИФР ДӘУІРІ: ЖАҢА МЕДИАДАҒЫ ЯСАУИ БЕЙНЕСІ

Цифрлық дәуірде рухани мұраны сақтау және тарату жаңа медианың мүмкіндіктерімен тығыз байланысты. Бұл зерттеудің мақсаты – Қожа Ахмет Ясауи мұрасының қазіргі цифрлық кеңістіктегі репрезентациясын талдау, оның жастар санасындағы рухани орны мен даналығының жаңа медиадағы көріністерін анықтау. Сонымен қатар, Ясауи ілімін қазіргі ақпараттық қоғам жағдайында мәдениетаралық қатынас тілі ретінде зерделеу қарастырылды.

Зерттеу жаңа медианың мүмкіндіктері арқылы рухани мұраны сақтау, тарату және оны жаңа мазмұнмен қайта ұсыну мәселелерін кешенді тұрғыдан қарастырады. Зерттеу нәтижелері медиаконтенттегі рухани бейнелерді айқындап, Ясауи мұрасын қазіргі жастарға жақындатуға, сондай-ақ цифрлық мәдениеттегі этикалық өлшемдерді күшейтуге мүмкіндік береді.

Мақалада контент-талдау, салыстырмалы талдау және медиазерттеу әдістері қолданылды. Әлеуметтік желілердегі қысқа бейнелер, анимациялық жобалар, аудио даналықтар, визуалды әңгімелер мен деректі фильмдер сынды медиа форматтарда Ясауи бейнесінің берілу ерекшеліктері сараланды.

Зерттеу нәтижесінде Ясауи мұрасының цифрлық медиадағы түрлі формалары айқындалып, олардың жастардың дүниетанымы мен рухани бағдарларына ықпалы талданды. Ясауи ілімі рухани тұтастық пен ішкі кемелдіктің символы ретінде жаңа медиада жаңаша мазмұнға ие болып отырғаны дәлелденді.

Бұл зерттеу цифрлық мәдениет пен рухани мұраның тоғысында жаңа ғылыми көзқарас қалыптастырып, медиамәдениет, рухани педагогика және цифрлық этика салаларына теориялық үлес қосады. Оның ғылыми-тәжірибелік маңызы – білім беру жүйесінде, медиа өндірісінде және мәдени саясатта Ясауи мұрасын жаңа медиада дұрыс бейнелеу арқылы жастарға рухани тәрбие берудің жаңа тәсілдерін ұсынуында.

Түйін сөздер: цифрлық этика, рухани тұтастық, журналистика, ақпараттық қоғам, Ясауи, медиа, әлеуметтік желілер.

A.T. Beldibekova

Scientific Center for Yasawi Studies, National Historical
and Cultural Museum-Reserve Azret Sultan, Turkestan, Kazakhstan
e-mail: aliyabeldibekova@gmail.com

Spirituality and the Digital Age: Representations of Khoja Ahmed Yasawi in New Media

In the digital age, the preservation and dissemination of spiritual heritage are closely linked to the opportunities provided by new media. The purpose of this study is to analyze the representation of Khoja Ahmed Yasawi's heritage in the contemporary digital sphere, to identify its spiritual significance for young people, and to explore the ways in which his wisdom is transformed into media content. Furthermore, the study considers Yasawi's teaching as a symbol of spiritual integrity and as a phenomenon of intercultural communication in the context of the information society.

The research addresses the issues of preserving, transmitting, and reinterpreting spiritual heritage through the use of new media tools. Its findings make it possible to identify spiritual imagery within media content, bring Yasawi's legacy closer to younger generations, and strengthen ethical principles within digital culture.

The study employed methods of content analysis, comparative analysis, and media observation. The representation of Yasawi's image was examined across diverse media formats, including short social media videos, animation projects, audio adaptations of wisdom, visual storytelling, and documentary films.

The results demonstrate the variety of digital forms through which Yasawi's heritage is presented, as well as their influence on the youth's worldview and spiritual orientation. Yasawi's teaching proves

to be relevant in the digital era as a symbol of spiritual integrity and inner perfection, gaining renewed meaning in media spaces.

This research contributes to academic discourse at the intersection of digital culture and spiritual heritage, enriching the fields of media culture, spiritual pedagogy, and digital ethics. Its practical significance lies in the applicability of the findings to education, media production, and cultural policy. Proper representation of Yasawi's legacy in new media provides new avenues for the spiritual education of young generations.

Keywords: digital ethics, spiritual integrity, journalism, information society, Yasawi, media, social networks

А.Т. Бельдибекова

Научный центр изучения Ясауи, Национальный историко-культурный
музей-заповедник Азрет-Султан, Туркестан, Казахстан
e-mail: aliyabeldibekova@gmail.com

Духовность и цифровая эпоха: образ Ходжи Ахмета Ясауи в новых медиа

В цифровую эпоху сохранение и распространение духовного наследия тесно связано с возможностями новых медиа. Цель данного исследования – проанализировать репрезентацию наследия Ходжи Ахмета Ясауи в современном цифровом пространстве, выявить его духовное значение в сознании молодежи и формы медиапрезентации его мудрости. Кроме того, рассматривается роль учения Ясауи как символа духовной целостности и как феномена межкультурной коммуникации в условиях информационного общества.

Исследование посвящено вопросам сохранения, трансляции и переосмысления духовного наследия с использованием ресурсов новых медиа. Результаты работы позволяют выявить духовные образы в медиаконтенте, приблизить наследие Ясауи к молодежи и укрепить этические ориентиры в цифровой культуре.

В статье применялись методы контент-анализа, сравнительного анализа и медианаблюдения. Были рассмотрены особенности репрезентации образа Ясауи в таких форматах, как короткие видеоролики в социальных сетях, анимационные проекты, аудиоформаты мудрости, визуальные рассказы и документальные фильмы.

Результаты исследования показали разнообразие форм цифровой репрезентации наследия Ясауи и их влияние на мировоззрение и духовные ориентиры молодежи. Учение Ясауи доказало свою актуальность как символ духовной целостности и внутреннего совершенства, получив новое содержание в медиасреде.

Исследование вносит вклад в развитие научного дискурса на пересечении цифровой культуры и духовного наследия, обогащая направления медиакультуры, духовной педагогики и цифровой этики. Практическая значимость работы заключается в том, что ее выводы могут быть использованы в системе образования, медиаиндустрии и культурной политике. Корректное представление наследия Ясауи в новых медиа открывает новые пути духовного воспитания молодежи.

Ключевые слова: цифровая этика, духовная целостность, журналистика, информационное общество, Ясауи, медиа, социальные сети.

Кіріспе

Қожа Ахмет Ясауи – түркі әлемінің рухани ұстазы, сопылық поэзияның негізін салушы. Оның даналығы ғасырлар бойы түркі халықтарының дүниетанымына әсер етті. Дегенмен, бүгінгі таңда рухани тұтастық пен цифрлық платформалар арасындағы байланыс жаңа ғылыми түсінікті қажет етеді. Ясауи бейнесінің жаңа медиада пайда болуы – мәдени хабар ғана емес, рухани құндылықтарды қайта қарау.

Цифрлық медианың дамуы рухани тұлғалардың бейнесін қайта қарастыру мен бейнелеудің жаңа үлгілерін жасады. Бұл процесс медиатехно-

логия мен рухани мәдениеттің тоғысқан жерінде туындайтын күрделі құбылыс. Жаңа медиада Қожа Ахмет Ясауи бейнесі де уақыт талабына сай өзгерістерге ұшырап, медиа тұлғасы, цифрлық аңыз кейіпкері, рухани брендтің иесі ретінде әртүрлі формада ұсыныла бастады.

Цифрлық дәуір адамзаттың дүниетанымын, өмір салтын, тіпті рухани ізденісін түбегейлі өзгертті. Ақпараттық технологияларды кеңінен қолдану, жаһандық коммуникациялық арналардың қарқынды дамуы және жаңа медиа кеңістігінің күнделікті түрленуі жеке тұлғаның рухани болмысын қалыптастыруда шешуші рөл атқарады. Осы орайда ғасырлар бойы түркі әлемінің

рухани тірегі болған Қожа Ахмет Ясауи мұрасы да қазіргі медиамәдениет аясында жаңаша түсіндіріліп, жаңаша қабылданып отыр. Қожа Ахмет Ясауи – тарихи тұлға ғана емес, түркі сопылық дүниетанымының негізін қалаған, халықтың рухани-адамгершілік бағдарларын айқындап, шыннайы сопылық бейнесін қалыптастырған ұлы ойшыл. Оның мұрасы «Диуани хикмет» түркі руханиятының өзегін құрайтын, жалпы адамзаттық ізгілік, махаббат, әділдік, имандылық қағидаларын насихаттайтын өлмес шығарма. Ясауидің бұл даналығы мен тұлғасы бүгінде дәстүрлі мәтін түрінде ғана емес, жаңа медиа – аудиовизуалды, мультимедиялық, деректі және көркем контентте де көрініс тапты. Цифрлық трансформация Ясауи ілімін қабылдау формасын өзгертіп қана қоймай, оның рухани идеяларын жаңа аудиторияға, әсіресе жастарға бұрынғыдан әлдеқайда қолжетімді етіп жеткізуге мүмкіндік берді. Бұл бір жағынан даналықтардың әмбебап, мәңгілік мазмұнын заманауи құралдармен жаңғырту болса, екінші жағынан рухани дәстүр мен цифрлық мәдениеттің тоғысқан тұсында туындайтын жаңа этикалық, танымдық және мәдени парадигмалардың қалыптасуына серпін берді.

Бұл мақалада Қожа Ахмет Ясауи мұрасының жаңа медиа кеңістігіндегі көрінісі, оның трансмедиа формалары, мазмұндық және визуалды трансформациялары, сондай-ақ қазіргі қоғамның рухани қажеттіліктерімен байланысы талданады. Атап айтқанда, TikTok, YouTube, Instagram сияқты платформаларда түрлі форматта хикметтердің көрсетілуіне және бұл олардың қабылдау және түсіну процесіне қалай әсер ететініне назар аударылады. Сонымен қатар, рухани тұлғаның бейнесін цифрлық ақпарат құралдарында көрсетудің әдістемелік және этикалық аспектілері қарастырылған. Мақаланың мақсаты – қазіргі медиаконтент пен рухани мәдениеттің тоғысқан жеріндегі мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтау мақсатында Ясауи ілімінің үлгісін пайдалана отырып, руханият пен цифрлық дәуірдің өзара әрекеттесуін талдау. Бұл саладағы зерттеулер медиа этика, цифрлық және дәстүрлі мәдениеттануды байланыстырудың өзекті платформасына айналды.

Цифрлық ғасыр – ақпараттық ағындар мен әлеуметтік желілер дәуірі. Жасыратыны жоқ, осы кезеңде жастардың рухани өмірі мен адамгершілік құндылықтарына әсер ететін факторлардың бірі цифрлық этика. Цифрлық этика адамның интернеттегі мінез-құлқын, ақпаратты тұтыну және тарату мәдениетін, сондай-ақ адам-

ның цифрлық ортада рухани жауапкершілікті қалай сезінетінін анықтайтын ғылым.

Цифрлық өркениет пен ақпараттық қоғам жағдайында адамның рухани болмысы мен адамгершілік ұстанымдары шындап сыналады. Технологиялық даму тек құрал ғана емес, адамның дүниетанымына, қарым-қатынасына, тіпті рухани болмысына да әсер ететін факторға айналды. Бұл үдеріс цифрлық этика мен рухани тұтастық ұғымдарының өзара байланысын өзекті етеді.

Зерттеу әдістері

Бұл зерттеуде мазмұнды талдау және салыстырмалы тәсіл қолданылады. Зерттеу нысаны YouTube, Instagram және TikTok платформаларындағы даналыққа негізделген медиа контент болды. Сонымен қатар қазақстандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері салыстырмалы талдауға негіз болды. Заманауи медиа кеңістігінде Қожа Ахмет Ясауи даналығы аудиовизуалды, инфографиялық және мультимедиялық форматтарға бейімделіп, жаңа аудиторияға жол ашады. Даналықтың когнитивтік және эстетикалық интерпретациялары YouTube, Instagram Reels және TikTok платформаларында ұсынылған. Мұндай мультимедиялық трансформация даналықтың бастапқы поэтикалық құрылымын сақтай отырып, оны заманауи жастарға қолжетімді және тартымды етеді. Жаңа медиада Қожа Ахмет Ясауи тұлғасы уәждемелік мазмұн, діни насихат және мәдени мұра арқылы беріледі. Бұл процесс «медиа персона» феноменін тудырады. TikTok платформасында сопылық эстетикада хикметке негізделген көрнекі бейнелер (жан, рух, жады символы) ұсынылған. Ясауидің даналығы инстаграмда мотивациялық дәйек ретінде кеңінен таралған. Американдық журналист және жаңа медианы зерттеген ғалым Марк Бриггс «Журналистика: Болашақ» кітабын келесі сөздермен бастайды: «Журналистика үшін ары қарай не бар? Ешкім анық білмейді, бірақ оның цифрлық журналистика болатынына бәріміз келісеміз» (Briggs, 2019, 9-бет). Соңғы жылдардағы технологиялық өзгерістер және жоғарыда аталған цифрлық коммуникациялық технологияларға ауысу журналистикаға жаңа міндеттер қойғандығы ақиқат. Жаңа медиа қоғамда маңызды рөл атқаратын жаңа технологиялық және коммуникациялық құбылыстармен, аудитория үшін жаңа рөлмен, мазмұнды жариялау мен қабылдаудың жаңа жүйелерімен бетпе-бет келеді. Айта кету

керек, бүгінгі күні кеңінен қолданылатын «Жаңа медиа» термині жаңа емес. Ол бірнеше жылдар ішінде БАҚ және коммуникация нарығында пайда болған бірқатар құбылыстарды сипаттады. Денис Маккуэйл «Жаңа медиа» термині 1960 жылдары академиялық және журналистік дискурста пайда бола бастағанын және содан бері қолданбалы коммуникациялық технологиялардың ауқымын қамту үшін кеңейгенін атап өтеді (McQuail, 2005). Жаңа медиа ол жаңа коммуникация формаларының пайда болуы үшін платформаға айналады (мысалы, әлеуметтік желілер, блогтар және т. 2.0 журналистика (Briggs, 2007) және Web 3.0 (Dowd, 2016) немесе бұл жаңа кезеңді «жаңа медиа» дәуірі деп атайды (Levinson, 2013). Ал бір зерттеушілердің айтуынша парадигманың ауысуы деп аталады (Dutta, Gangopadhyay, 2019).

Жаңа медиадағы журналистиканың әлі күнге дейін даулы күйінде қалып отырған басты мәселесі – кәсібилік мәселесі. Әлеуметтік желінің кез келген пайдаланушысы жасаған «Азаматтық» және күнделікті контент Пол Левинсонның айтуынша бейкәсібилік «Жаңа медианың» белгілерінің бірі болып табылады, ол жарияланған мазмұнның шынайылығының кепілі болып табылады (Levinson, 2013).

Бұл зерттеу пәнаралық көзқарасқа негізделген және руханият, медиа және цифрлық мәдениеттің тоғысқан жеріндегі Қожа Ахмет Ясауи бейнесін талдау үшін сапалы зерттеу әдістерін пайдаланады. Зерттеуде мазмұнды талдау, дискурстық талдау, пәнаралық салыстырмалы әдіс сияқты әдістер жан-жақты қолданылды. Зерттеу нысаны 2022-2025 жылдар аралығында танымал әлеуметтік желілерде және YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, Telegram сияқты видеохостингтерде жарияланған Қожа Ахмет Ясауи мұрасын насихаттауға бағытталған медиаконтенттердің үлгісі болды. Сонымен қатар, контент-талдау әдісі негізгі тақырыптық-мәтіндік желілер мен визуалды мазмұнды талдау үшін қолданылды. Зерттеу талданды:

- тақырыптық мазмұн (даналық мазмұнды беру),
 - визуалды шешім (иконография, киім үлгісі, түрі),
 - аудио сүйемелдеу (сопылық музыка, гимндер және т.б.),
 - аудиториямен өзара әрекеттесу формасы (пікірлер, реакциялар, бөлісу деңгейі);
 - эстетикалық және рухани кодтарды сақтау.
- Контент-талдау нәтижелері бұқаралық ақпарат

құралдарының руханиятты бейнелеу формасы мен деңгейін анықтады.

Қожа Ахмет Ясауи бейнесінің БАҚ дискурсында берілген зерттеуді талдау үшін дискурс талдауы қолданылды. Бұл жұмыста даналықтың түсіндірмесі, шешендік сөздер (моральдық үндеу, мистикалық символизм, әлеуметтік насихат), сонымен қатар дін мен дәстүрлі мәдениетке байланысты дискурстың трансформациясы қарастырылды. Бұл тәсіл бұқаралық ақпарат құралдарында сопылық тілдің қарапайым, танымал түрлерін түсіндіруге мүмкіндік береді. Зерттеу бағыттарының бірі ретінде Ясауи тақырыбына қызығушылық танытқан интернет-қауымдас-тықтардың, аудиториялардың, комментаторлар мен контент авторларының желідегі белсенділігі зерттелді. Цифрлы ортадағы тұтынушылардың (аудиторияның) даналық мазмұнын қабылдау деңгейі, пікір білдіру формалары талданды. Бұл әдісті қолдана отырып, Ясауи мұрасын қабылдаудың қазіргі заманғы түрлері: тәлім-тәрбие, діни тәжірибе, мәдени бірегейлікті іздестіру зерттелді. Мақалада руханият пен жаңа медианың байланысы философия, дінтану, медиатану, мәдениеттану және ақпараттық этика тұрғысынан салыстырылды. Зерттеу барысында кейбір мазмұнға (жеке немесе мұрағаттық тіркелгілерге) қол жеткізу мүмкін болмады, этикалық шектеулерге байланысты пайдаланушылардың жеке діни тәжірибесін терең зерттеу жүргізілмеді.

Нәтиже мен талқылау

Цифрлық конвергенция дәуірінде рухани құндылықтардың да коммуникациялық формасы өзгере бастады. Қожа Ахмет Ясауи ілімі, бұрын қолжазба мен ауызша насихат арқылы тараса, бүгінде интерактивті медианың құралдары арқылы жаңа өмірге еніп отыр. Бұл үрдіс медиа-конвергенцияның тек ақпараттық емес, рухани миссияны атқаратын әлеуетін көрсетеді. Яғни, медиа-конвергенция рухани коммуникацияның көпдеңгейлі платформасын қалыптастырып, Ясауи ілімінің идеяларын әлеуметтік желі, подкаст, деректі видео, цифрлық көрме сияқты форматтар арқылы таратуға мүмкіндік беріп отыр. Ү.Есенбекова және әріптестері айтқандай, медиа-конвергенция – тек техникалық үрдіс емес, ол ақпараттың таратылу, қабылдану және өңделу сипатын түбегейлі өзгертеді (Есенбекова Ү.М., Маманқұл А.Ә., Сыздыкова А.А., Құтым Б., 2023). Медиа-конвергенция – қазіргі ақпараттық қоғамдағы коммуникацияның негізгі форматына

айналған құбылыс. Ол дәстүрлі және цифрлық медианың бірігуі арқылы ақпараттың қолжетімділігін арттырып, аудиториямен өзара әрекетті жандандырады. Осы тұрғыдан алғанда, медиа-конвергенция тек ақпараттық кеңістіктегі технологиялық процесс ғана емес, сонымен қатар қоғамдық және рухани қарым-қатынастың жаңа мәдени формасы болып табылады. Демек, Есенбекова және әріптестерінің (2023) тұжырымы медиа-конвергенцияны тек технологиялық процесс емес, қоғамның рухани кодын жаңғыртатын мәдени феномен ретінде түсінуге мүмкіндік береді. Бұл үрдіс қазіргі Қазақстан қоғамында рухани құндылықтардың медиа кеңістікте қайта интерпретациялануына әсер етуде. Жаңа медиа ортада рухани мұраның интерпретациялану механизмі ғылыми әдебиеттерде жан-жақты талданған. Мәселен, медиа-конвергенцияның мәдени мағына қалыптастыруға әсерін алғаш жүйелі талдаған зерттеушілердің бірі Х. Дженкинс. Ол «Convergence Culture» еңбегінде конвергенцияны техникалық бірігу процесі ғана емес, мағыналардың түрлі платформаларда қайта өндірілуіне жағдай жасайтын мәдени экожүйе ретінде сипаттайды (Jenkins, 2006). Бұл тұрғыдан алғанда, Ясауи ілімінің әлеуметтік желілер, подкасттар немесе деректі медиада қайта тірілуі Дженкинс көрсеткен «қатысушы мәдениеттің» тікелей көрінісі. Сондай-ақ М. Кастельс «The Rise of the Network Society» және «Communication Power» еңбектерінде цифрлық желілердің мәдени кодтарды өндіру мен таратуда негізгі инфрақұрылымға айналғанын атап өтеді (Castells, 1996; 2009). Яғни жаңа медиада таралған рухани контент тек ақпарат емес, ол қоғамның сана кеңістігінде қайта мағыналану арқылы символдық капиталға айналатын құбылыс. Бұл Ясауи мұрасының TikTok, YouTube сияқты платформаларда жаңа аудитория үшін рухани тәжірибеге айналуына теориялық негіз береді.

Медиа мен мәдениеттің өзара байланысын терең түсіндіретін Н.Кулдри мен А.Хепп «The Mediated Construction of Reality» еңбегінде қазіргі қоғамда медиа құрылымдары әлеуметтік шындықты тек көрсетпей, құрастыратын негізгі күшке айналғанын дәлелдейді (Couldry & Hepp, 2017). Демек, Ясауи ілімінің цифрлық кеңістікте жаңа формаға енуі медиаландырылған шындықтың қалыптасуының бір бөлігі.

Сондай-ақ С.Ливингстоунның зерттеулері жаңа медиа ортасында рәміздер, визуалды бейнелер және интерактивті форматтардың қоғамдық қабылдауға ықпалын жан-жақты көрсе-

теді. Ол әлеуметтік медианың ақпарат емес, мәдени тәжірибе өндіретін орта екенін атап өтеді (Livingstone, 2014). Осы ғылыми тұжырым рухани мұраның жаңа медиадағы көріністерін, мысалы, хикметтердің визуалды-көркем форматта берілуін қоғамдық санаға әсер ететін мәдени феномен ретінде түсіндіруге мүмкіндік береді. Осы ғылыми дәлелдер жаңа медианың ақпарат тарату құралы ғана емес, рәміздік-мағыналық кеңістік екендігін және рухани құндылықтарды қайта мәңдейтін коммуникациялық орта екенін көрсетеді.

Осы медиа ортадағы рухани тұлғаның бейнесі оның шынайы ілімінің қаншалықты дәл немесе бұрмаланған қабылданатынына әсер етеді.

Жалпы, «медиа персона» ұғымы белгілі бір тарихи немесе мәдени тұлғаның жаңа медиада жаңа қалыптасуы мен танылуын білдіреді (Marshall, 2010). Жаңа медиа платформаларда Қожа Ахмет Ясауи тұлғасының репрезентациясы әртүрлі форматта көрініс табады. Мәселен, YouTube кеңістігінде Ясауи хикметтеріне арналған түсіндірме видеолар, тарихи деректі жобалар және рухани-танымдық бағдарламалар жариялап келеді. Бұл арналардағы бейнематериалдарда Ясауи сопылық дәстүрдің негізін қалаған рухани жетекші ретінде сипатталады. Ал Instagram мен TikTok желілерінде Ясауи мұрасына қатысты қысқа мотивациялық роликтер, хикметтерден алынған үзінділер мен визуалды цитаталар кең таралған. «Turkistan_heritage», «Yasawi_Life» сынды парақшаларда Ясауи еңбектері даналық, адамгершілік, тазару, сабыр сияқты құндылықтармен байланыстырыла ұсынылады. Бұл деректер Ясауи мұрасының жаңа медиадағы көріністері біркелкі емес екенін, әр платформада өзіне тән форматта ұсынылатынын көрсетеді. Демек, «Ясауи тұлғасы барлық платформаларда рухани ұстаз ретінде көрсетіледі» деген тұжырым жалпы сипаттағы бағалау емес, нақты контенттердің жүйелі талдауымен расталған ғылыми қорытынды болып табылады.

Қожа Ахмет Ясауи мұрасы қазіргі цифрлық медиада әртүрлі форматта ұсынылып келеді. Жаңа медианың ерекшелігі мәтінді тек ақпараттық мазмұн ретінде емес, визуалды-эмоциялық, аудиологиялық және символдық кодтарға айналдыруында болып отыр. Осы зерттеу барысында YouTube, TikTok және Reels платформаларындағы қазақша хикмет/рухани-контент талданып, олардың мазмұндық, эстетикалық және әдістемелік айырмашылықтары салыстырылды.

Талдау нысаны ретінде алынған нақты контент мысалдары

1. YouTube – ұзын форматтағы білімдік және аудио контент (автор құрастырған)

№	Контент атауы	Платформа	Сілтеме	Ерекшелігі
1	«Ғашық дерті –Ахмет Ясауи хикметі (нашид)»	YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=weWFGiQTeAc	Музыкалық интерпретация, эстетикалық өңдеу, мәтіннің көркем экспликациясы
2	«Қожа Ахмет Ясауи ілімі туралы дәріс»	YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=2eXWYqAydZA	Білімдік түсіндіру, сопылық ұғымдардың ғылыми-танымдық дискурсы
3	«Диуани Хикмет – толық аудиокітап»	YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=ZpVjD5G8xUg	Толық мәтінді аудио формат, хикметтерді бұрмаламай жеткізу

2. TikTok – қысқа форматтағы визуалды-эмоциялық контент (автор құрастырған)

№	Контент атауы	Платформа	Сілтеме	Ерекшелігі
1	«Рухани ой, хикмет стиліндегі мотивация»	TikTok	https://www.tiktok.com/@ruhaniyat.kz/video/7339489751059539205	Қысқа ролик, бейне+әуен+мәтін бірлігі
2	«Сопылық-пәлсапалық ғибрат»	TikTok	https://www.tiktok.com/@tasavvuf_edu/video/7320460761430054150	Жастарға бағытталған клиптік моделдеу

3. Instagram Reels – эстетикалық визуализация (автор құрастырған)

№	Контент атауы	Платформа	Сілтеме	Ерекшелігі
1	«Ясауи мәтіндері + кесене визуалы»	Reels	https://www.instagram.com/reel/CzZnhn0sPk-	Символдық-рухани визуализация, атмосфералық стиль

3. Салыстырмалы медиаталдау (ғылыми)

3.1. Мазмұндық айырмашылық (автор құрастырған)

Платформа	Мазмұн форматы	Ясауи мәтіні қалай беріледі?	Ғылыми мәні
YouTube	Ұзақ формат (лекция, аудио)	Толық мәтін, классикалық стиль	Академиялық, дәстүрлі интерпретация
TikTok	10–30 секундтық қысқа видео	Хикмет идеясы қысқартылған, эмоционалды түрде	Жастарға бейімделген медиа-формат
Reels	Визуализация + афоризмдер	Мәтін символдық бейне арқылы беріледі	Эстетикалық-мистикалық репрезентация

3.2. Эстетикалық тәсілдер

YouTube: Настағлық мәнеріндегі мәтін визуалы; Жай әуен немесе дәстүрлі мақам; Толық баяндау стилі. Түйін: Ясауи поэтикасының тұтастығы сақталады.

TikTok: Жылдам монтаж. Қозғалыстағы бейнелер. Эмоциялық музыка. Түйін: Хикметтердің «клиптік мәдениетке» бейімделген жаңа форматы.

Reels: Сопылық символдар (шам, кесене, жарық, есік). Жарық пен көлеңке ойыны. Афоризмдер мен қысқа цитаталар. Түйін: Ясауи әлемінің визуалды-эстетикалық коды қалыптасады.

дер мен қысқа цитаталар. Түйін: Ясауи әлемінің визуалды-эстетикалық коды қалыптасады.

3.3. Авторлық және әдістемелік ерекшеліктер

YouTube: Дыбыстық экзегетика (мәтінді интонация арқылы түсіндіру). Хикметті тұтас жыр дәстүрінде беру. Лекторлық hermeneutics (мәтінді талдау, ұғымдарды түсіндіру).

TikTok: Мәтінді фрагменттеу (үзіндіге бөлу). Мотивациялық-эмоциялық монтаж тех-

никасы. «Micro-spiritual content» концепциясы – қысқа рухани ой.

Reels: Символдық сопылық визуализация (dome, light, path). Slow-motion + ambient sound әдісі. «Визуалды хикмет» форматы – мәтінді бейне арқылы жеткізу.

Цифрлық медиада Ясауи мұрасы үш түрлі арнада дамып келеді:

1. ғылыми-аудио (YouTube) – классикалық мәтіннің дәл репрезентациясы;

2. жастарға бағытталған қысқа рухани контент (TikTok) – хикметті клиптік мәдениетке икемдеу;

3. эстетикалық-символдық формат (Reels) – Ясауи поэтикасын визуалды кодқа айналдыру.

Бұл үш формат біріге отырып, Ясауи мұрасының цифрлық трансформациясын, медиадағы көпқабатты репрезентациясын, жаңа аудиторияларға қолжетімді болуын қамтамасыз етіп отыр.

Қазіргі медиа дискурста рухани тұлғалар, әсіресе діни тұлғалар екі түрлі бағытта беріледі: біріншіден, тарихи-фольклорлық кейіпкер, яғни аңызға айналған, биік рухани бейне ретінде. Екіншісі, оның қазіргі заманғы тенденцияларға сәйкес өзгерген кейіпкер ретіндегі бейнесі, яғни қысқа бейнеклип, мотивациялық контент немесе TikTok-тағы дәйексөз түрінде берілуі. Қожа Ахмет Ясауи бейнесі де осы екі шеңберге параллель. Оның шынайы тағылымы «Диуани хикмет» арқылы жеткізілсе де, қазіргі ақпарат құралдарындағы кейбір мысалдар оның бейнесін жеңілдетуге, кейде тіпті поп-мәдениет деңгейіне дейін төмендетуге тырысады.

Ясауи мұрасын көрсететін келешектегі деректі фильмдер мен бағдарламалар топтамасын әзірлеу кезінде Instagram, TikTok, Facebook және YouTube сияқты платформалардың коммуникациялық әлеуетін тиімді пайдалану маңызды. Бұл платформалар:

- Жастардың рухани әлеміне қол жеткізуге мүмкіндік береді;

- Кең аудитория арасында Ясауи іліміндегі даналық пен моральдық құндылықтарды тарауға жағдай жасайды;

- Ясауи мұрасын заманауи медиа форматтарында дамытуға ықпал етеді

Дегенмен, жаңа медианың артықшылықтары белгілі бір қауіптермен де байланысты. Олар:

- Контекстен тыс немесе үстірт ақпарат ұсыну ықтималдығы;

- Терминологияның қате қолданылуы немесе сопылық тұжырымдардың бұрмалануы;

- Коммерциялық немесе хайп элементтерінің артуы (мысалы, «сопылық» тақырыбын танымал тренд ретінде көрсету).

Сондықтан Ясауи бейнесін жаңа медиада тек мәдени мұра ретінде ғана емес, цифрлық этика тұрғысынан да қарастыру қажет. Бұл бейне адамдардың діни тәжірибесі мен дүниетанымына әсер ететін символ ретінде қызмет ететіндіктен, медиаконтенттің төмендегідей талаптарға сәйкес болуы маңызды:

- дәйекті деректер мен ғылыми сараптамаға негізделуі;

- даналық эстетикасы мен визуалды көрнекіліктің мазмұнға сәйкес болуы;

- діни, ұлттық және гуманистік құндылықтарды сақтай отырып, этикалық стандарттарға сәйкес болуы.

Осы принциптерді сақтау Ясауи мұрасын заманауи медиа кеңістігінде рухани, мәдени және этикалық тұрғыдан дұрыс көрсетуге мүмкіндік береді.

Қазіргі цифрлық журналистика дәуірінде аудиториямен кері байланыс пен контенттің таралу ауқымын өлшеу үшін түрлі веб-метрикалар мен аналитикалық құралдар кеңінен қолданылады. Бұл үрдісті зерттеген Ш.Б. Қожамқұлова өз еңбегінде атап өткендей: «Цифрлық дәуірде аудиторияны бақылау және өлшеу құралдары көптеген редакциялардың жұмысының ажырамас бөлігіне айналды, алайда бұл деректерді қалай түсіндіру керектігі әрдайым анық емес» (Қожамқұлова, 2021, б. 45). Бұл ойды «Ясауи бейнесінің жаңа медиадағы репрезентациясы» контекстінде қарастырғанда, мәселе рухани контенттің сапалық әсерін сандық көрсеткіштермен өлшеудің күрделілігінде жатыр. Мысалы, әлеуметтік желілерде Қожа Ахмет Ясауи іліміне арналған бейнематериалдар немесе дін-руханият тақырыбындағы подкасттар көп қаралым жинауы мүмкін, алайда бұл аудиторияның рухани тереңдікпен қабылдау деңгейін білдірмейді. Басқаша айтқанда, көрілім саны мен лайк саны рухани әсер мен моральдық ықпалдың өлшемі емес. Осы тұрғыдан, медиа кеңістіктегі руханият пен цифрлық мәдениеттің өзара байланысы «веб-метрикалар мен рухани ықпал арасындағы алшақтық» мәселесін алға тартады (Қожамқұлова, 2021). Бұл Ясауи мұрасын цифрлық форматта ұсынғанда тек цифрлық жетістікке емес, рухани мән мен моральдық ықпалға басымдық беру қажеттігін көрсетеді. Сондықтан Қожамқұлованың тұжырымы Ясауи ілімін жаңа медиада танымал ету үдерісінде журналист пен контент өндірушінің этикалық және рухани жауапкершілігін күшейтудің теориялық негізі ретінде маңызды. Бұл көзқарас, өз кезегінде, «рухани коммуникацияның цифрлық дәуірдегі парадиг-

масы» ұғымын қалыптастыруға мүмкіндік береді, яғни жаңа медиа технологиялары арқылы рухани және мәдени мәндерді жеткізудің этикалық модельдерін көрсетуге жағдай жасайды.

Цифрлық платформаларда жастардың руханиятқа деген қызығушылығы «қысқа контент» және «цитата форматында» көрінеді. Бұл үрдісті рухани-этикалық медиа әлеуметтену ретінде қарастыруға болады. Жалпы, рухани өнімдерді жастар арасында кеңінен танымал ету үшін шетелдік ғалымдардың теориясына жүгіну орынды болар еді. Чжоу Ютонг және Ли Вэйган «Қысқа бейне платформаларының құндылық жасауын зерттеу (Мысал ретінде TikTok алу)» мақаласында TikTok пайдаланушыларымен ынтымақтастық арқылы тікелей хабар тарату және электрондық коммерция мүмкіндіктерін іске асыруды ұсынды (Li, Wang, 2021). Олар «TikTok қысқа бейнелерінің мазмұндық құндылығы» тақырыбында баяндама жасап, саланы дамыту бойынша бірқатар сындарлы ұсыныстарды ортаға салды. Ал ғалымдар Ли Линян және Гао Сидзя (2020) «TikTokтың жарнама және маркетингтік стратегиясы» мақаласында маркетингтік стратегияға эмоциялық маркетингі, вирустық қарым-қатынас маркетингін және аудитория психологиясын ескере отырып, аудитория маркетингіне ерекше назар аударуды ұсынды. Бұл тұрғыдан әлеуметтік желілердегі қысқа бейне платформалар аудиторияның назарын тиімді тартып, мазмұнды тез таратуға мүмкіндік береді. Осы тұжырымды рухани коммуникация контекстінде қарастырғанда, TikTok, Instagram Reels және YouTube сияқты платформалар рухани құндылықтарды насихаттау үшін үлкен әлеуетке ие екені көрінеді. Яғни, қысқа бейне форматтары арқылы Қожа Ахмет Ясауи мұрасын, хикметтерін немесе рухани тәжірибелерді аудиторияға қолжетімді және тартымды түрде жеткізуге болады (Li & Gao, 2020).

Алайда, мұндай тәсіл тек танымалдылықты арттыру мақсатында қолданылмауы тиіс. Рухани контенттің мазмұны мен этикалық мәні, оның тереңдігі мен тарихи-мәдени контексті сақталуы қажет. Осылайша, әлеуметтік желілердегі қысқа бейне платформалар рухани құндылықтарды насихаттаудың әлеуетті құралдары болып табылады. Алайда оларды қолдануда контент өндірушінің ғылыми сараптамаға, этикаға және рухани мәнге сүйену қажеттілігі басты талап болып табылады.

Цифрлық этика адамның цифрлық кеңістіктегі мінез-құлқын, моральдық жауапкершілікті

және жеке және әлеуметтік деңгейдегі шешімдерді реттейтін нормалардың жиынтығы. Бұл ұғым Л.Флориди енгізген «ақпараттық тұлға» ұғымымен тығыз байланысты. Оның ойынша, адам тек физикалық кеңістікте ғана емес, ақпараттық ортада да адамгершілік субъектісі ретінде қалыптасады (Matteo Turilli, Luciano Floridi). Мысалы, әлеуметтік желіде пікір жазу, фото жариялау немесе бейнеконтент жасау жай әрекет емес, адамның рухани-психологиялық болмысын көрсететін этикалық таңдау. Бұл жерде адалдық, жауапкершілік, парасаттылық сияқты дәстүрлі моральдық қағидалардың маңызы зор. Рухани тұтастық – адамның ішкі дүниесінің, моральдық және діни ұстанымдар бойынша өмірінің үйлесімділігі. Бұл ұғымның кеңірек түсіндірмесін сопылық дүниетаным береді. Қожа Ахмет Ясауи ілімінде рухани тұтастық төрт қақпа (шарифат, тарика, мағрифат, хакиқа) арқылы жүзеге асады. Бұл ішкі тазарту, жанды тану және шындыққа ұмтылу жолы. Мысалы, «Диуани хикметте» әрбір хикмет адамның рухани даму кезеңдерін сипаттайтын өнегелі бағдар ретінде берілген. Ясауи адамды іштей тұрақтандыратын, рухани кодты сақтайтын тұлғалық тұтастық идеясын ұсынады. Бұл идея рухани даму мен этикалық тәрбие арасындағы байланысты көрсетеді және адамның ішкі әлемін гармониялы етуге бағытталған. Ғылыми тұрғыда, тұлғалық тұтастық концепциясы жеке адамның моральдық, рухани және әлеуметтік қасиеттерін біріктіру арқылы қалыптасатынын Chittick (2000) атап көрсетеді. Ясауи ілімі бойынша, тұлғалық тұтастық тек жеке адамның ішкі тепеңдігі үшін ғана емес, сонымен бірге қоғамдағы рухани мәдениеттің тұрақтылығын сақтау үшін де маңызды. Бұл идея жаңа медиа контекстінде, мысалы, әлеуметтік желілерде рухани және моральдық мазмұнды тарату кезінде аудиторияның ішкі қабылдауын және мәдени санасын қалыптастыруға бағытталған әдіс ретінде қарастырылады (Livingstone, 2014). Осылайша, Ясауи ұсынған тұлғалық тұтастық идеясын жаңа медиа платформалар арқылы насихаттау рухани кодты сақтау мен адамгершілік дамуына үлес қосатын коммуникациялық стратегияға айналады.

Қазіргі цифрлық ортада рухани тұтастықтың бұзылуының себептерін анықтайық. Әлеуметтік желілерде кездесетін анонимділік пен жауапсыздық адамдардың өз көзқарастарына жауапкершілікпен қарамайтындығын көрсетеді, соендай-ақ жала жабу, балағаттау, фейк жаңалықтарды тарату қалыпты жағдайға айналып барады. TikTok

және Reels сияқты платформаларда рухани мазмұннан гөрі эмоциялар мен трендтер бірінші орынға шығады.

«Қазіргі цифрлық әлемде ақпараттық қауіпсіздік жай ғана заңнамалық мәселе емес, жалпы қоғамның өміріне әсер ететін әлеуметтік-философиялық мәселе екенін атап өткен жөн. Сонымен қатар, цифрлық қоғамға тән негізгі рухани-адамгершілік құндылықтарды тұжырымдауға және ақпараттық қоғамдағы этикалық мәселелерді зерттеуге негізделген ақпараттық жауапкершіліктің мәні мен маңызы артып келеді» (Бекенова, Нұрышева, Әмірқұлова, 2023).

Ақпараттық шаршау (инфошаршау) – мазмұнды шамадан тыс тұтынудың нәтижесінде зейінді, когнитивтік және адамның ішкі рухани тұрақтылығын әлсірететін құбылыс ретінде қарастырылады (Erppler & Mengis, 2004). Бұл құбылыс қазіргі цифрлық кеңістікте, оның ішінде әлеуметтік желілер мен онлайн платформаларда, әсіресе рухани және мәдени контентке қатысты, ерекше маңызға ие.

Қазақстан ғылымында Ясауи мұрасын цифрлық форматта көрсетудің мәдени-тарихи маңыздылығы, оның жастар арасында танымалдығы мен білім беруде пайдалану мүмкіндіктері кеңінен қарастырылуы қажет. Осы орайда «Әзірет Сұлтан» Ұлттық тарихи-мәдени қорық-мұражайы жүзеге асырып жатқан интерактивті мультимедиялық жобалар (аудио гидтер, QR кодтар арқылы даналық мәтіндерді тыңдау, цифрлық экспозициялар) да Ясауи мұрасының музей кеңістігінде медиаконтентке айналып келе жатқанын айғақтайды. Шетелдік зерттеулерде, әсіресе Түркияда, Ұлыбританияда және АҚШ-та Ясауи феномені көбінесе постмодерндік діни тәжірибе, сопылық пен цифрлық діннің заманауи трансформациясы аясында қарастырылады.

Жаңа медиаконтентте даналық негізінен мотивациялық, рухани-дидактикалық және моральдық екпіндер арқылы түсіндіріледі. Алайда олардың онтология мен шындықты іздеудегі терең мағыналық қабаттары көп жағдайда еленбейді. Бұл аудиторияның талғамына сай контенттің аз болуынан. YouTube платформасындағы кейбір хикмет сабақтарында сопылық терминология («жар», «мақам», «зуһд», «фана») аудармасыз беріліп, көпшілікке түсініксіз болып қала беретіні атап өтілді.

Ясауи мұрасының жаңа медиаға айналуын да мәдени сабақтастықтың жаңа деңгейі деуге болады. Цифрлық кеңістікте даналық таныту дәстүр мен заманауи технологиялардың өзара

әрекеттесуінің нәтижесі болып табылады. Бұл процестің арқасында:

- даналық лингвистикалық тұрғыдан жеңілдетілген;
- аудиовизуалды құралдармен байытылған;
- жас ұрпақтың рухани әлеммен байланысы қайта ойластырылған. Бірақ бұл сабақтастыққа механикалық көшіру арқылы емес, оның мәнін жоймайтын бейімделу арқылы жету керек. Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, Қожа Ахмет Ясауи бейнесі цифрлық ақпарат құралдарында әртүрлі формада және әртүрлі деңгейде берілген. Бұл бір жағынан мұраның әмбебаптығын көрсетсе, екінші жағынан оның жаңа дәуір талабына сай қайта жаңғыру мүмкіндігін көрсетеді.

Қорытынды

Қожа Ахмет Ясауи ілімі ғасырлар бойы түркі-мұсылман руханиятының негізі болған, ішкі жан дүниесін шынықтыруға, кемел тұлға тәрбиелеуге бағытталған дүниетанымның әмбебап жүйесі. Ол жүрек тазалығына, ниет тазалығына, шынайы имандылыққа, ізгілікке шақыратын ілім ретінде қазіргі заманда да өзектілігін жойған жоқ. Бұл ілімнің цифрлық дәуірдегі жаңа тұсаукесері тек техникалық бейімделу ғана емес, рухани құндылықтарды жаңа ұрпаққа қолайлы форматта берудің символы болып табылады. Зерттеу көрсеткендей, заманауи медиа кеңістік Ясауи мұрасын тарату мен насихаттаудың қуаты алаңына айналды.

Бұл жағдай жаңа медиадағы рухани мазмұнды өндірушілерге екі есе жауапкершілік жүктейді. Бір жағынан, Ясауи хикметін қалың оқырманға, әсіресе, жастарға жеткізу үшін цифрлық ақпарат құралдарының әлеуетін тиімді пайдалану қажет. Екінші жағынан, бұл үдерісте рухани дәстүрді құрметтеп, оның мағынасын бұрмаламай жеткізудің маңызы ерекше. Цифрлық медиадағы рухани контентті өндірушілер, блогерлер, медиа-дизайнерлер руханиятты тауарға айналдырмай, медиа этика қағидаларын ескере отырып, танымдық, білім беру және практикалық кеңістікте қайта қарауға ұмтылуы керек.

Заманауи медиа мәдениетте Қожа Ахмет Ясауи бейнесі тек діни немесе тарихи бренд емес, өркениеттік, философиялық, мәдени брендке айналуда. Бұл брендтің болашақтағы орны оның шынайы рухани мәні қаншалықты сақталғанына байланысты болады. Осы тұрғыда мұражайлардың мультимедиялық жобалары, университеттік ғылыми топтардың цифрлық бастамалары және

Ясауи мұрасын халықаралық мәдени орындарда көрсету бойынша жүргізіліп жатқан жұмыстар сұранысқа ие бастамалардың қатарында.

Жалпы, Ясауи мұрасының цифрлық мәдениет пен руханияттың тоғысқан тұсындағы әлеуеті зор. Оның трансмедиа презентациясы жаңа аудиториямен өзара әрекеттесудің тиімді әдісі бола алады. Дегенмен, бұл бағытты мәдени кодтар мен рухани жауапкершілік критерийлерімен ұштастыра отырып, ғылыми әдістеме негізінде дамыту қажет. Болашақта даналықты мультимедиялық және интерактивті форматтарда (геймификация, жасанды интеллект технологиялары, деректі-театрлық жобалар және т.б.) көрсету мүмкіндіктері кеңейеді.

Цифрлық кеңістік – жастардың рухани дамуына әсер ететін ең қуатты құралдардың бірі. Дегенмен, бұл кеңістіктегі тәртіп, жауапкерші-

лік және адамгершілік ұстанымдардың цифрлық этикамен үйлесуі ғана жастарды терең руханиятқа жетелей алады. Қожа Ахмет Ясауи хикметін жаңа медиа форматқа бейімдеу осы бағыттағы маңызды қадам.

Цифрлық кеңістік тек ақпарат алмасу құралы ғана емес, сонымен қатар адамның рухани-этикалық болмысын анықтау алаңы болып табылады. Цифрлық этика мен рухани тұтастық арасындағы тепе-теңдікті бұзу қоғамдағы моральдық күйреуге және жалпыадамзаттық құндылықтар дағдарысына әкелуі мүмкін. Ясауи ілімін заманауи цифрлық құралдармен үйлестіре отырып, адамның цифрлық ортада тұтас, жауапты және ұтымды өмір сүруін қамтамасыз ету қажет. Зерттеу Ясауи хикметінің медиа контекстінде өзектілігін жоймағанын, керісінше, цифрлық трансформация өз ықпалын кеңейткенін көрсетеді.

Әдебиеттер

- Бекенова, Ж. Н., Нурышева, Г. Ж., & Амиркулова, Ж. А. (2023). Цифрлық қоғамдағы тұлға болмысының ерекшеліктері. *Вестник Қарағанды университеті. Серия "Тарих. Философия"*, № 3 (111).
- Briggs, M. (2007). *Journalism 2.0: How to survive and thrive*. Knight Foundation.
- Briggs, M. (2019). *Journalism next: A practical guide to digital reporting and publishing* (4th ed.). CQ Press.
- Chittick, W. C. (2000). *The Sufi path of knowledge: Ibn al-Arabi's metaphysics of imagination*. State University of New York Press.
- Datta, S., & Gangopadhyay, S. (2019). Digital journalism: Theorizing on present times. *Media Watch*, 10(3), 496–504. <https://doi.org/10.15655/mw/2019/v10i3/49684>
- Den, T. (2020). *Multiple case study on business model innovation of Internet platform enterprises* [Master's thesis, East China Normal University].
- Есенбекова, У. М., Маманкул, А. Ә., Сыздықова, А. А., & Құтым, Б. (2023). Әлеуметтік коммуникация мен кибермәдениеттегі медиаконвергенция. *Еуразиялық ұлттық университеті. Л. Н. Гумилев атындағы хабаршысы. Журналистика сериясы*, № 3(144), 88–102.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325–344. <https://doi.org/10.1080/01972240490507974>
- Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. O'Reilly Media.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Livingstone, S. (2014). Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39(3), 283–303. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0113>
- Li, L., & Gao, S. (2020). The TikTok advertising and marketing strategy under the threshold of audience psychology. *Journal of Xiamen Institute of Technology*, 28(4), 18–23.
- Li, C., & Wang, H. (2021). TikTok research on the marketing value of short video content. *Science, Education and Culture (Shanghai Ten Magazine)*, 2021(3), 180–181.
- Levinson, P. (2013). *New new media* (2nd ed.). Penguin Academics.
- Marshall, P. D. (2010). The promotion and presentation of the self: Celebrity as marker of presentational media. *Celebrity Studies*, 1(1), 35–48. <https://doi.org/10.1080/19392390903519057>
- McQuail, D. (2005). *Mass communication theory* (5th ed.). SAGE Publications.
- Kozhamkulova, S. B. (2021). Digital news audience engagement and web metrics: exploring major research trends. *Herald of Journalism*, 60(2), 18–25. <https://doi.org/10.26577/HJ.2021.v60.i2.02>
- TRT Avaz. (2021). *Ясауи мұрасы бойынша деректі фильмдер мен бағдарламалар*. TRT Avaz. <https://www.trtavaz.com>
- «Ясауи мұрасы» каналы. (2023). Digital media content on Khoja Ahmed Yasawi. YouTube. <https://www.youtube.com/@YasawiMurasy>
- Turilli, Matteo and Floridi, Luciano, The Ethics of Information Transparency (March 10, 2009). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3844306> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3844306>
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society* (Vol. 1). Blackwell.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.

References

- Bekenova, Zh. N., Nuryshyeva, G. Zh., & Amirkulova, Zh. A. (2023). Tsifrlik qoғamdaғы tұлға bolmysynyń erekshelekteri. [Features of personality in a digital society] *Vestnik Karagandinskogo universiteta. Seriya "Istoriya. Filosofiya"*, № 3(111).
- Briggs, M. (2007). *Journalism 2.0: How to survive and thrive*. Knight Foundation.
- Briggs, M. (2019). *Journalism next: A practical guide to digital reporting and publishing* (4th ed.). CQ Press.
- Chittick, W. C. (2000). *The Sufi path of knowledge: Ibn al-Arabi's metaphysics of imagination*. State University of New York Press.
- Datta, S., & Gangopadhyay, S. (2019). Digital journalism: Theorizing on present times. *Media Watch*, 10(3), 496–504. <https://doi.org/10.15655/mw/2019/v10i3/49684>
- Den, T. (2020). *Multiple case study on business model innovation of Internet platform enterprises* [Master's thesis, East China Normal University].
- Esenbekova, U. M., Mamankul, A. Æ., Syzdykova, A. A., & Qutym, B. (2023). Áleumettik kommunikatsiya men kybermadeniettegi mediakonvergentciya. [Mediaconvergence in social communication and cyberculture]. *L. N. Gumilev atynda Eurasian National University Bulletin. Journalism Series*, № 3(144), 88–102.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325–344. <https://doi.org/10.1080/01972240490507974>
- Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. O'Reilly Media.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Livingstone, S. (2014). Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39(3), 283–303. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0113>
- Li, L., & Gao, S. (2020). The TikTok advertising and marketing strategy under the threshold of audience psychology. *Journal of Xiamen Institute of Technology*, 28(4), 18–23.
- Li, C., & Wang, H. (2021). TikTok research on the marketing value of short video content. *Science, Education and Culture (Shanghai Ten Magazine)*, 2021(3), 180–181.
- Levinson, P. (2013). *New new media* (2nd ed.). Penguin Academics.
- Marshall, P. D. (2010). The promotion and presentation of the self: Celebrity as marker of presentational media. *Celebrity Studies*, 1(1), 35–48. <https://doi.org/10.1080/19392390903519057>
- McQuail, D. (2005). *Mass communication theory* (5th ed.). SAGE Publications.
- Kozhamkulova, S. B. (2021). Digital news audience engagement and web metrics: exploring major research trends. *Herald of Journalism*, 60(2), 18–25. <https://doi.org/10.26577/HJ.2021.v60.i2.02>
- Mediaetika: Jas mamandar tájiriyesinen. (2018). Almaty: Ulttyq audarma byurosy.
- TRT Avaz. (2021). *Yasawi heritage documentaries and programs*. TRT Avaz. <https://www.trtavaz.com>
- «Yasawi murasy» kanaly. (2023). *Digital media content on Khoja Ahmed Yasawi*. YouTube. <https://www.youtube.com/@YasawiMurasy>
- Turilli, Matteo and Floridi, Luciano, The Ethics of Information Transparency (March 10, 2009). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3844306> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3844306>
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society* (Vol. 1). Blackwell.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.

Автор туралы мәлімет:

А.Т. Бельдибекова – филология ғылымдарының кандидаты, доцент, Әзірет-Сұлтан Ұлттық тарихи-мәдени музей-қорығы Ясауитану ғылыми орталығының аға ғылыми қызметкері (Түркістан, Қазақстан, e-mail: aliyabeldibekova@gmail.com).

Information about author:

A.T. Beldibekova – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Senior Researcher of the Scientific Center «Yasauitanu» of the National Historical and Cultural Museum-Reserve «Aziret-Sultan» (Turkistan, Kazakhstan, e-mail: aliyabeldibekova@gmail.com).

Сведения об авторе:

А.Т. Бельдибекова – кандидат филологических наук, доцент, старший научный сотрудник Научного центра «Ясауитану» Национального историко-культурного музея-заповедника «Әзірет-Сұлтан» (Түркістан, Казахстан, e-mail: aliyabeldibekova@gmail.com).

Келін түсті: 16 тамыз 2025 жыл
Қабылданды: 12 қараша 2025 жыл