

Ж.Е. Садвакасова^{1*}, **А.М. Шурентаев²**

¹А. Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университеті, Қостанай, Қазақстан

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

*e-mail: kerim.sarina@gmail.com

ЦИФРЛЫҚ КОММУНИКАЦИЯНЫҢ ЗАМАНАУИ ТЕОРИЯЛАРЫ: ЖАҢА ӘДІСТЕМЕЛІК ТӘСІЛДЕР

Бұл мақалада Орта Азия елдері негізінде цифрлық коммуникацияның заманауи теориялары мен жаңа әдістемелік тәсілдері жан-жақты қарастырылады. Интернет пен әлеуметтік желілердің таралуы, мультимедиялық коммуникацияның дамуы, алгоритмдік басқару мен қатысушы мәдениетінің жаңа медиа ортасында қалыптасуына назар аударылды. Әсіресе Орта Азияның ішкі нарығында Telegram, Instagram және YouTube платформалары дәстүрлі БАҚ-ты ығыстырып, баламалы коммуникация арналарына айналды. Зерттеу барысында Қазақстандағы «Vlast.kz», «Tengrinews.kz», Қырғызстандағы «Kloop.kg» немесе Өзбекстандағы «Kun.uz» сияқты порталдар цифрлық коммуникацияның белсенді қолданыстағы жаңа әдістемелік тәсілдері (инфографика, дата-журналистика, сторителлинг) ерекше назарға алынып, салыстырмалы талдау жасалды.

Сонымен бірге постшындық дәуіріндегі ақпараттың бұрмалануы, жалған жаңалықтар мен алгоритмдік мәдениеттің аудитория қабылдауына әсері де қарастырылды. Зерттеу барысында салыстырмалы талдау, сапалық және сандық әдістер қолданылып, цифрлық коммуникация теорияларының эволюциясы мен олардың дәстүрлі теориялардан айырмашылығы сараланды. Нәтижесінде цифрлық коммуникацияның интерактивтілік, ашықтық, дербестендіру және гипермедиа сияқты қасиеттері қазіргі қоғамдағы әлеуметтік байланыстардың жаңа моделін қалыптастыратыны дәлелденді.

Зерттеу мақаласының ғылыми маңыздылығы – цифрлық теорияларды әлеуметтік, мәдени және ақпараттық тұрғыдан кешенді қарастыру арқылы жаңа әдіснамалық үлгілерді ғылыми айналымға енгізу. Ал мақаланың практикалық мәні – алынған тұжырымдарды медиа және білім беру саласында пайдалану мүмкіндіктерін қарастыру.

Түйін сөздер: цифрлық коммуникация, жаңа медиа, әдіснамалық тәсілдер, әлеуметтік желілер, алгоритмдік басқару.

Zh.E. Sadvakassova^{1*}, A.M. Shurentayev²

¹Ahmet Baitursynov Kostanay Regional University, Kostanay, Kazakhstan

²L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

*e-mail: kerim.sarina@gmail.com

Contemporary Theories of Digital Communication: New Methodological Approaches

This article explores contemporary theories of digital communication and new methodological approaches, focusing on the context of Central Asian countries. The main objective is to identify the key theoretical directions of digital communication and to evaluate the methodological instruments employed in their study.

In particular, in Central Asia, Telegram, Instagram, and YouTube platforms have replaced traditional media and become alternative communication channels. In the course of this study, using the example of «Vlast.kz», «Tengrinews.kz» in Kazakhstan, «Kloop.kg» in Kyrgyzstan and «Kun.uz» in Uzbekistan, new methodological approaches to active digital communications (infographics, data journalism, storytelling) were taken into account and a comparative analysis was conducted.

Special emphasis is placed on the spread of the internet and social networks, the rise of multimedia communication systems, algorithmic governance, and participatory culture. In addition, the article addresses emerging challenges such as disinformation, post-truth dynamics, and the impact of algorithmic culture on audience perception. The research methodology combines comparative analysis with both qualitative and quantitative methods, which made it possible to trace the evolution of digital communication theories and highlight their divergence from traditional mass communication paradigms. Findings indicate that interactivity, openness, personalization, and hypermedia are among the defining features of digital communication that reshape social relations in modern society.

The scientific contribution of this research lies in rethinking digital communication theories through a multidisciplinary lens, integrating network analysis, digital ethnography, and computational approaches. The practical relevance is found in applying these results to media practice, journalism, and educational contexts, providing tools for more effective communication in the digital environment.

Keywords: digital communication, new media, methodological approaches, social networks, algorithmic governance.

Ж.Е. Садвакасова^{1*}, А.М. Шурентаев²

¹Костанайский региональный университет им. А. Байтұрсынұлы, Костанай, Казахстан

²Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилёва, Астана, Казахстан

*e-mail: kerim.sarina@gmail.com

Современные теории цифровой коммуникации: новые методологические подходы

В данной статье рассматриваются современные теории цифровой коммуникации и новые методологические подходы на примере стран Центральной Азии. В работе акцент сделан на распространении интернета и социальных сетей, развитии мультимедийных систем связи, алгоритмическом управлении и феномене культуры участия в цифровой среде.

В частности, в Средней Азии платформы Telegram, Instagram и YouTube вытеснили традиционные СМИ и стали альтернативными каналами коммуникации. В ходе данного исследования на примере «Vlast.kz», «Tengrinews.kz» в Казахстане, «Kloop.kg» в Кыргызстане и «Kun.uz» в Узбекистане, новые методологические подходы к активно действующим цифровым коммуникациям (инфографика, дата-журналистика, сторителлинг) были приняты во внимание и проведен сравнительный анализ.

Особое внимание уделено трансформации традиционных теорий массовой коммуникации в условиях сетевого общества, а также вызовам, связанным с дезинформацией и культурой алгоритмов. Методология исследования включает сравнительный анализ, качественные и количественные методы, что позволило проследить эволюцию цифровых коммуникационных теорий и их отличие от классических концепций. Результаты показали, что такие свойства цифровой коммуникации, как интерактивность, открытость, персонализация и гипермедийность, формируют новую модель социальных связей в современном обществе.

Научная значимость работы заключается в комплексной переоценке цифровых коммуникаций с учетом социальных, культурных и информационных факторов, а практическая ценность – в возможности применения полученных выводов в сфере медиа и образования.

Ключевые слова: цифровая коммуникация, новые медиа, методологические подходы, социальные сети, алгоритмическое управление, культура участия, постправда.

Кіріспе

Қазіргі журналистика ғылымында Орта Азия елдерінің цифрлық коммуникацияны қолдану теориялары мен заманауи әдістемелік тәсілдерін талдау өзекті мәселелердің бірі болып отыр. Аталмыш ғылыми мақаланың басты мақсаты – цифрлық коммуникациядағы жаңа теориялық бағыттарды айқындап, оларды талдауда қолданылып жүрген әдістемелік тәсілдердің ерекшеліктерін анықтау. Зерттеудің негізгі бағыты – қазіргі цифрлық коммуникация құралдарының жұмыс істеу логикасын, олардың әлеуметтік, мәдени және ақпараттық ықпалын ғылыми тұрғыдан сараптау. Жұмыстың басты идеясы – цифрлық коммуникация дәстүрлі бұқаралық коммуникациядан желілік, интерактивті және алгоритмдік сипатқа өткенін көрсету және осы үдерісте қолданылатын жаңа әдістемелік тәсілдердің мәнін ашу. Зерттеу жұмысының ғы-

лыми маңыздылығы – цифрлық коммуникацияның теориялық негіздерін қайта пайымдап, жаңа медиа ортаны түсінудегі пәнаралық әдістердің (Big Data талдауы, цифрлық этнография, желілік талдау, есептеуіш әдістерді сапалық зерттеумен ұштастыру) ғылыми қолданысқа енгізілуін негіздеу. Мақаланың практикалық маңыздылығы – жаңа әдістемелік тәсілдерді пайдалана отырып, цифрлық ортадағы коммуникациялық процестерді жан-жақты талдауға, олардың қоғамдағы ықпалын бағалауға және медиа саласындағы тәжірибелік қызметке қолдануға жол ашу. Жүргізілген зерттеудің нәтижелері ретінде цифрлық коммуникацияның заманауи теорияларының эволюциясы, олардың дәстүрлі теориялардан айырмашылығы мен сабақтастығы, сонымен қатар әдістемелік тұрғыдағы жаңа ізденістердің тиімділігі көрсетіледі. Цифрлық коммуникациядағы алгоритмдік басқару, қатысушы мәдениеті, желілік қоғам секілді теориялар жаңа

әдіснамалық тәсілдер арқылы тереңдетіліп, қазіргі ғылыми айналымға енгізіледі.

Қорыта айтқанда, цифрлық коммуникацияның заманауи теорияларын талдау қазіргі қоғамның әлеуметтік, мәдени және ақпараттық даму ерекшеліктерін түсінуге мүмкіндік береді. Бұл бағыттағы зерттеу нәтижелері тек коммуникация теориясын толықтырып қана қоймай, сонымен қатар медиа саласындағы тәжірибелік жұмыстың тиімділігін арттыруға да негіз болады.

Әдебиеттерге шолу

Қарастырылып отырған мақалада зерттеу нысанының табиғаты мен өзектілігін жан-жақты ашып көрсету мақсатында шетелдік және отандық журналистика ғылымындағы іргелі еңбектер негізге алынды. Мақала жазу барысында бұл еңбектерді ғылыми тұрғыда терең талдау негізгі міндеттердің бірі ретінде алға қойылды.

Атап айтқанда, журналистиканың теориялық тұғырын қалыптастырған аса көрнекті ғалымдар мен зерттеушілердің еңбектері басшылыққа алынды. Олардың қатарында Vineet Kaul *The Digital Communications Revolution* (Kaul, 2012) еңбегінде цифрлық коммуникация революциясының әлеуметтік және мәдени өзгерістерге ықпалы кеңінен қарастырылса, Tri T. Ha. *Theory and Design of Digital Communication Systems* (Ha, 2022) еңбегінде цифрлық коммуникация жүйелерінің теориясы мен жобалануы жан-жақты талданған. Сондай-ақ, Baiteshkyzy S. P., Toktarovna S. Z. *Methods of formation of students' communicative culture in a digital educational environment* (Baiteshkyzy, 2025), Vijaya.K. *The evolution of media theories in the digital age – a empirical view* (Vijaya, 2017) еңбегінде медиа теорияларының цифрлық дәуірдегі эволюциясы эмпирикалық тұрғыда талданады.

Мақаланы жазу барысында Safran S. A. *The Evolution of Mass Communication Theories in the Digital Era: A Comprehensive Literature Review* (Almakaty, 2025) Safran S. *New Trends in Communication Theories and Research in the age of Digital Media: Analytical Study* (Almakaty, 2024) еңбегіндегі цифрлық дәуірдегі коммуникация теорияларының даму бағыты мен жаңа трендтері талданды. Ресейлік зерттеуші Веренич Д.В. *Инструменты цифровых коммуникаций в развитии бизнес-организации* (Веренич, 2023) мақаласын талдай отырып, коммуникацияның стратегиялық аспектілері ашылды. Якушина О.И. *Современные цифровые средства коммуника-*

ции и их влияние на построение личных отношений (Якушина, 2023) атты ғылыми мақаласында әлеуметтік желілер мен мессенджерлердің адамдар арасындағы қатынастардың жаңа моделін қалыптастырудағы рөлін атап өтеді. Бұл еңбек заманауи коммуникацияның әлеуметтік қырларын ашуда құнды. Жалпы алғанда, қарастырылған еңбектер цифрлық коммуникацияның заманауи теорияларын әртүрлі қырынан зерттеп, жаңа әдістемелік тәсілдерді ұсынуда құнды үлес қосады. Бұл еңбектер цифрлық коммуникацияның заманауи теорияларын зерттеу кезінде маңызды дереккөз болып табылады.

Зерттеу әдістері

Ғылыми мақаланың материалдық негізін заманауи цифрлық коммуникацияның теориялары мен әдістемелік тәсілдерін сипаттайтын шетелдік және отандық ғылыми еңбектер, сондай-ақ медиа зерттеулер саласында жарияланған мақалалар құрады. Атап айтқанда, медиа зерттеулер, цифрлық мәдениет, жаңа медиа, ақпараттық қоғам, платформалық экономика және әлеуметтік желілердегі коммуникация модельдеріне арналған академиялық еңбектер мен сараптамалық мақалалар қамтылды. Зерттеу материалына соңғы онжылдықта (2015–2025 жж.) жарық көрген цифрлық коммуникация, жаңа медиа, ақпараттық қоғам теориясы, әлеуметтік желілердегі коммуникация модельдері жөніндегі еңбектер енгізілді. Негізгі назар цифрлық коммуникацияның теориялық эволюциясы мен жаңа әдістемелік амалдарын айқындауға, сондай-ақ олардың әлеуметтік және мәдени процестерге ықпалын саралауға аударылды. Материалдарды жинақтау барысында ғылыми еңбектердің тақырыптық мазмұны, құрылымдық ерекшеліктері мен теориялық тұжырымдары сапалық және сандық тұрғыдан сарапталды. Сапалық талдау аясында мәтіндердің мазмұны, қолданылған теориялық концепциялар, жаңа әдістемелік амалдар жіктеліп, салыстырмалы тұрғыдан қарастырылды. Материалдармен жұмыс жасау барысында сипаттау әдісі, талдау әдісі және әдеби еңбектерге шолу әдісі қолданылды. Сипаттау әдісі арқылы мәтіндердің мазмұндық ерекшеліктері сипатталды. Бұл әдіс арқылы әрбір еңбектің мазмұндық және құрылымдық ерекшеліктері ашылып көрсетілді. Мәселен, медиа экология теориясына қатысты еңбектерде технологияның адамның қабылдауына және мәдени құрылымдарға әсер етуі кеңінен қарастырылса, қатысу мәдениеті

бойынша зерттеулерде аудиторияның белсенді субъект ретінде медиа өндірісіне қатысуының механизмдері зерттелді.

Талдау әдісі арқылы тақырыптың мазмұнын ашатын материалдар талданды. Бұл әдіс цифрлық коммуникация феноменіне арналған материалдардың мазмұнын ашуға, олардың ғылыми және тәжірибелік құндылығын бағалауға мүмкіндік берді. Бұл әдіс арқылы журналистика саласындағы заманауи медиа зерттеулердегі басты теориялық тенденциялар анықталып, олардың Орта Азия қоғамдарының әлеуметтік-мәдени ерекшеліктерімен үйлесуі қарастырылды.

Әдеби шолу барысында аталмыш тақырыпқа қатысты отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері сұрыпталды. Әдеби шолу әдісі арқылы цифрлық коммуникация тақырыбына арналған отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері сұрыпталып, салыстырмалы талдау жасалды. Олардың ішінде Croteau & Hoynes (2021), Couldry & Mejias (2019), Jenkins (2018), Srnicek (2017), Castells (2015) еңбектері мен заманауи қазақстандық зерттеушілердің мақалалары қамтылды.

Әдіснамалық база ретінде цифрлық коммуникацияның дәстүрлі және қазіргі заманғы үстанымдары негізге алынды. Сандық талдау аясында зерттелген әдебиеттердің хронологиялық кезеңдері, тақырыптық бағыттары және қолданылған әдістер жиілігі есепке алынды. Сандық талдау элементтері зерттелген әдебиеттердің хронологиялық кезеңдері, тақырыптық бағыттары мен қолданылған әдістер жиілігін анықтауға бағытталды. Бұл әдіс зерттеу объектісінің ғылыми дамуын кезең-кезеңімен бақылауға мүмкіндік берді.

Зерттеу мәселесі – заманауи цифрлық коммуникация теорияларының даму деңгейін анықтау және жаңа әдістемелік тәсілдер негізінде олардың ғылыми-тәжірибелік маңызын айқындау.

Зерттеу барысында McLuhan мен Postman-ның медиа экологиясы, Castells-тің желілік қоғам теориясы, Habermas ұсынған қоғамдық кеңістік тұжырымдамасы, Nick Srnicek-тің платформалық капитализмге қатысты пайымдаулары, сондай-ақ Henry Jenkins-тің қатысу мәдениеті мен желілік әрекет теориялары басты назарға алынды. Сонымен қатар бұл теориялардың Орта Азия (әсіресе Қазақстан) журналистикасында қолданылу мүмкіндіктері мен шектеулері нақты мысалдар арқылы талданды. Материалдарды жинақтау және жүйелеу барысында ғылыми ең-

бектердің тақырыптық мазмұны, құрылымдық ерекшеліктері мен теориялық тұжырымдары сапалық және сандық тұрғыда сарапталды. Бұл кезеңде цифрлық медианың дамуымен байланысты коммуникациялық парадигмалардың трансформациясы мен аймақтық ерекшеліктері назарға алынды.

Жалпы алғанда, әдіснамалық база ретінде цифрлық коммуникацияның дәстүрлі және заманауи ғылыми үстанымдары, сондай-ақ пәнаралық тәсілдер (социология, медиа зерттеулер, мәдениеттану) негізге алынды. Зерттеу мәселесі – заманауи цифрлық коммуникация теорияларының даму деңгейін анықтау және жаңа әдістемелік тәсілдер негізінде олардың ғылыми-тәжірибелік маңызын айқындау. Осы зерттеу арқылы цифрлық медианың журналистикадағы орны мен рөлі, оның аймақтық ерекшеліктермен байланысы, сондай-ақ жаһандық коммуникациялық үрдістермен сабақтастығы кешенді түрде талданды.

Нәтижелер мен талқылау

Соңғы жылдары Орталық Азия мемлекеттерінде әлеуметтік желілерді, ақпараттық сайттарды, мессенджерлерді және смартфон қосымшаларын пайдаланушылардың үлесі едәуір артты. We Are Social порталының «Цифрлық күнделігі» деректеріне сәйкес, аймақтағы 72 миллион адамның шамамен 50%-ы интернетке қол жеткізе алады. 2019 жылғы Internet World Stats мәліметтері бойынша, Қазақстан интернет қолдану деңгейі жағынан көшбасшы саналады: әр төрт адамның үшеуі ғаламторға қосылған. Өзбекстанда бұл көрсеткіш халықтың жартысын, Қырғызстанда 40%-дан астамын қамтыса, Тәжікстан мен Түркіменстанда халықтың үштен бірі ғана интернетті пайдаланады. Әлеуметтік желілерді қолдану көрсеткіші де біркелкі емес. Орталық Азияда 13 жастан асқан халықтың тек 21%-ы әлеуметтік желілерде белсенді. Қазақстан мен Қырғызстанда интернет тұтынушыларының 30–40%-ы әлеуметтік желілерде тіркеліп, олардың басым бөлігі мобильді құрылғылар арқылы қосылады. Ал Өзбекстан мен Тәжікстанда әлеуметтік желілердің танымалдығы төмен, қолжетімділік деңгейі 5–6% шамасында ғана (Жумагельди, 2021). Аталмыш мақалада Орта Азия елдері негізінде цифрлық коммуникацияның жаңа әдістемелік тәсілдерін талдау көзделді. Әуелі, коммуникация ұғымының тарихи негізіне назар аударсақ, оның дамуы бірнеше революциялық кезеңнен

тұрады. Алғашқысы – тіл мен сөйлеу өнерінің пайда болуы, екіншісі – жазу өнері болса, үшіншісі – баспа арқылы енгізілуі, төртіншісі – электронды коммуникацияның (телеграф, радио, телевидение, компьютер) пайда болуы. Қазіргі кезең осы төртінші коммуникациялық революцияның жалғасы ретінде сипатталады және ғылымда «медиалық коммуникация» деп аталады. Бұл кезеңнің ерекшелігі – ақпарат өндіруші мен тұтынушы арасындағы шекараның жойылып, кез келген адамның ақпарат орталығы ретінде әрекет ете алуында. Орта Азия – тарихи, мәдени және саяси тұрғыдан әртүрлі, алайда ұқсас дамудағы бес мемлекеттен (Қазақстан, Өзбекстан, Қырғызстан, Тәжікстан, Түрікменстан) тұратын аймақ. Бұл елдер кеңестік медиа жүйесінің мұрасын сақтап қалса да, цифрлану дәуірінде журналистиканың жаңа форматтарына бейімделуде. Олардың аймақтық ерекшелік ретінде мыналарды атап өтуге болады. Орталықтандырылған ақпараттық саясаттың сақталуы – БАҚ-тың көпшілігі мемлекеттік немесе билікке жақын құрылымдарға тиесілі; сөз бостандығының шектеулері – тәуелсіз журналистика көбіне әлеуметтік желілер мен шетелдік платформаларға көшуге мәжбүр; көптілділік феномені – ақпарат орыс, жергілікті тілдерде және кейде ағылшын тілінде таратылады.

Цифрлық медиа кеңістігінде бұл ерекшеліктер журналистерден жаңа дағдыларды: мультимедиялық форматтарды, онлайн аудиториямен интерактив қарым-қатынасты және дерекке негізделген storytelling тәсілдерін талап етеді.

Орта Азия елдерінде мемлекет ақпараттық кеңістікті белсенді түрде бақылайды. Қазақстан мен Өзбекстан соңғы жылдары цифрлық бақылау механизмдерін (интернет шектеулері, заңнамалық тосқауылдар, медиарегистрлер) күшейтті. Бұл жағдай журналистиканы көлеңкелі кеңістікке итермелеп, Telegram-арналар, Instagram беттері және TikTok видеолары сияқты бейресми, бірақ ықпалды медиа форматтардың таралуына жол ашты.

Цифрлық коммуникацияның дамуына қарамастан, Орта Азияда цифрлық теңсіздік айқын көрінеді. Ауылдық аймақтарда интернеттің баяу немесе қолжетімсіз болуы, техникалық жабдықтың тапшылығы, медиа сауаттылықтың төмендігі – цифрлық медианы қабылдау мен таратуда үлкен тосқауыл. Журналистика тұрғысынан бұл келесі мәселелерді туындатады: ауыл тұрғындарының даусын жеткізу қиындығы; ақпараттық теңсіздік нәтижесінде қоғамда бөліну (urban vs.

rural narratives); аймақтық тілдер мен диалектілердегі контенттің жетіспеушілігі.

Осыған байланысты журналистер ауылдық қауымдастықтармен цифрлық көпір орнатуда креативті тәсілдерді – радио подкасттар, WhatsApp арқылы жаңалық тарату, визуалды сторителлинг (TikTok, Reels) – қолдана бастады.

Орталық Азия аймағындағы цифрлық трансформация процестері бүгінде тек технологиялық жаңару ғана емес, сонымен қатар экономикалық өсімнің негізгі драйвері ретінде қарастырылады. Халықаралық сарапшылардың пікірінше, аймақ елдері өзара әріптестікті нығайтып, цифрлық мүмкіндіктерді толық пайдалану үшін шамамен 6 миллиард АҚШ доллары көлемінде инвестиция қажет етеді.

Дүниежүзілік банктің корреляциялық талдауларына сүйенсек, халықты интернетпен қамту деңгейін небәрі 10%-ға арттыру елдің ішкі жалпы өнімінің (ІЖӨ) кем дегенде 1%-дық өсімін қамтамасыз етеді. Сонымен қатар интернетке қолжетімділіктің 1%-ға өсуі экспорттық әлеуеттің 4,3%-ға ұлғаюына мультипликативті әсер беретіні анықталған.

Дегенмен, аймақтағы цифрлық теңсіздік мәселесі әлі де өзекті. Дүниежүзілік банктің статистикалық мәліметтеріне сәйкес, Қырғызстан, Тәжікстан және Түркменстанда халықтың интернетпен қамтылу көрсеткіші әлемдік орташа деңгейден төмен (54%). Жоғары жылдамдықты интернет инфрақұрылымы бойынша тек Қазақстан ғана (13,44%) әлемдік орташа көрсеткіштен (13,26%) асып түсіп отыр.

Аймақтық кейстерді салыстырмалы талдау:

Қазақстан: Цифрлық көшбасшылық стратегиясы. Қазақстан 2017 жылы қабылданған «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы арқылы аймақтағы «трендсеттер» рөлін иеленді. Бағдарламаның бес негізгі бағыты (экономиканы цифрландыру, цифрлық мемлекет, адами капитал, цифрлық Жібек жолы және инновациялық экожүйе) ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың жалпы дамуына серпін берді. Пандемия кезеңінде байланыс саласы 8,6%-дық өсім көрсетіп, 5214 ауыл мобильді интернетпен қамтылды. 2021 жылғы мәліметтер бойынша, елдегі цифрлық сауаттылық деңгейі 81,5%-ға жеткен.

Өзбекстан: Инфрақұрылымдық серпіліс. Өзбекстан соңғы жылдары цифрлық байланыс инфрақұрылымын екі есеге ұлғайтып, белсенді трансформация кезеңін бастан кешуде. «Цифрлық Өзбекстан – 2030» стратегиясы аясында

мемлекеттік төлемдер мен салық жүйесін толық цифрландыру, сондай-ақ Huawei компаниясымен бірлесіп 5G желісін енгізу бойынша ауқымды жұмыстар атқарылуда.

Шектеуші факторлар: Түркменстан, Тәжікстан және Қырғызстан. Бұл елдерде цифрландыру процесі әртүрлі институционалдық және экономикалық кедергілерге тап болуда.

Түркменстан: Саяси жүйенің ерекшелігіне байланысты ақпараттық технологиялар нарығы ең төменгі деңгейде қалып отыр (интернет жылдамдығы 4,19 Мбит/с).

Тәжікстан: Экономиканың трансферттік тәуелділігі мен тарифтердің жоғарылығы ақпараттық инклюзияға кедергі келтіруде (ауыл халқының басым бөлігі үшін интернет қолжетімсіз).

Қырғызстан: Мемлекеттік деңгейде цифрландыру қарқынының баяулығы ресми түрде мойындалып, трансформациялық процестердің тиімділігі төмен болып отыр.

Орталық Азиядағы цифрлық даму тенденциялары аймақ ішіндегі алшақтықтың сақталып отырғанын көрсетеді. Қазақстанның тәжірибесі (81,5% цифрлық сауаттылық) аймақтағы ақпараттық теңсіздікті жоюдың моделі ретінде қызмет ете алады. Түйіндей келе, цифрлық инфрақұрылымға инвестиция құю – аймақ мемлекеттерінің жаһандық бәсекеге қабілеттілігін арттырудың басты кепілі.

Орта Азиядағы жастар – цифрлық коммуникацияның басты қозғаушы күші. Олар Instagram, TikTok және Telegram платформаларын мәдени және саяси дискурстарды қалыптастыру үшін белсенді пайдаланады. Журналистика үшін бұл контент форматтарының өзгерісін білдіреді: қысқа видео, сторителлинг, инфографика. Жаңа аудиториялармен жұмыс істеу стратегияларын қайта қарауды қажет етеді. Азаматтық журналистика мен блогерлік контент шекараларының жойылуы. Мысалы, Орта Азия жастары мен контент жасаушылары интернетте өзіндік цифрлық бейнесін қалыптастыруда. Бұл этникалық, ұлттық, діни және гендерлік кодтардың жаңаша интерпретациясын; жаһандық мәдениетпен диалогқа түсуін; көрші елдермен өзара цифрлық коммуникация орнатуын білдіреді. Цифрлық журналистика трансұлттық аудиторияны ескере отырып, мультимәдени контент жасауды үйреніп жатыр. Бұл медиатексте визуал, тілдік, символдық қабаттардың тоғысуына алып келеді. Журналистика ғылымы мен практикасы үшін Орта Азияда келесі әдіснамалық тәсілдер тиімді. Әуелі, Big Data және әлеуметтік медиа аналити-

касы, яғни, Telegram, TikTok контентін жинақтау және трендтерді анықтау; хэштег, комментарий, эмодзи арқылы саяси сезімталдықты өлшеу. Салыстырмалы дискурс талдауы арқылы қазақша, өзбекше, орысша контентте қолданылатын лексиканың семиотикалық айырмашылығын талдау мен пропаганда, патриотизм, модернизация тақырыптарын салыстыру. Визуалды коммуникацияны зерттеу әдістеріне TikTok трендтері, Instagram стористері – қоғамдық пікір индикаторы және визуалды кодтардың мәдени контекстке сәйкестігі. Сапалық әдістердің қатарына онлайн этнография: Telegram-чаттар мен TikTok қауымдастықтарын бақылау мен фокус-топтар: жастардың медианы қабылдауы мен сенім деңгейін зерттеу жатқызылады. Интегративті әдіснама бойынша Орта Азияға бейімделген аралас әдістер: сандық деректер мен сапалық бақылауды ұштастыру жатады.

Заманауи медиа индустриясының басты қасиеттері – интерактивтілік пен ашықтық. Бұлар медианарықтағы монополияны әлсіретіп, аудиторияға ақпаратты таңдауда дербестік берді. Мультимедиялық байланыс жүйелері ақпаратты жедел таратып, қоғамның ақпараттық бейнесін түбегейлі өзгертті. Соған қарамастан, журналистиканың әлеуметтік миссиясы – қоғам айнасы болу маңызын жоғалтқан жоқ. Жаңашыл сипаттағы цифрлық коммуникацияның құрылымына ақпарат көздерінің сан алуандылығы, дербестендірілген коммуникациялық контекст рөлінің артуы, жаңалықтарды тұтынудың ыңғайлылығы мен қолжетімділігі, ақпараттық ағынның үздіксіздігі, аудитория мен автор арасындағы тікелей байланыс мүмкіндігі кіреді. Медиатұтынушылардың сұранысы мультимедиаизация үдерісін жеделдетіп отыр. Мәселен, Smart TV технологиясы телекөрсетімдерге дәстүрлі эфирлік арналардан тәуелсіз түрде интернеттен бейне көруге мүмкіндік береді. Бұл ақпарат тарату логикасының өзгеріп, аудиторияға таңдау еркіндігін беретін жаңа кезеңнің басталғанын айқындайды. Осылайша, Орталық Азиядағы цифрлық орта қарқынды дамып келеді. Интернет пен әлеуметтік желілердің кең таралуы ақпаратты тұтыну мәдениетін түбегейлі өзгертіп, медиа жүйенің жаңа форматын қалыптастыруда.

Орта Азия елдеріндегі цифрлық коммуникацияның дамуын талдау барысында аймақтық ерекшеліктер мен нақты медиаресурстардың рөлін ескеру қажет. Қазіргі таңда цифрлық платформалар тек ақпарат таратушы ғана емес, саяси дискурс пен қоғамдық пікірді қалыптастырушы

негізгі құралға айналды. Орта Азияның цифрлық медиа кеңістігіндегі нақты коммуникация құралдары Аймақтағы цифрлық коммуникацияның сипатын екі бағытқа бөліп қарастыруға болады: сыртқы (халықаралық) және ішкі (аймақтық) медиадискурс.

Орта Азияның ішкі нарығында Telegram, Instagram және YouTube платформалары дәстүрлі БАҚ-ты ығыстырып, баламалы коммуникация арналарына айналды. Мәселен, Қазақстандағы «Vlast.kz», «Tengrinews.kz», Қырғызстандағы «Kloop.kg» немесе Өзбекстандағы «Kun.uz» сияқты порталдар цифрлық коммуникацияның жаңа әдістемелік тәсілдерін (инфографика, дата-журналистика, сторителлинг) белсенді қолдануда.

Бұл мәселені зерттеуде жаңа әдістемелік тәсілдерді, атап айтқанда, Big Data аналитикасын және семантикалық талдауды қолдану қажеттілігі туындайды. Мысалы, Орта Азия басшыларының медиаобразын зерттеуде әлемдік БАҚ-тың лексикалық қорын талдау арқылы аймаққа қатысты «авторитаризм», «инвестициялық хаб», «геосаяси көпір» сияқты тұрақты метафоралардың жиілігін анықтауға болады. Осылайша, Орта Азияның цифрлық коммуникациялық ортасы күрделі құрылымға ие. Оны талдау үшін тек теориялық шолумен шектелмей, жоғарыда аталған нақты БАҚ-тардың контентін эмпирикалық деңгейде зерттеу ғылыми маңыздылыққа ие (Абылханова, Әшірбекова, 2024).

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, цифрлық коммуникация дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының логикасынан шығып, жаңа желілік, интерактивті және алгоритмдерге негізделген жүйеге айналды. Алынған мәліметтерді талдау барысында бірнеше маңызды тұжырымдар жасалды. Біріншіден, цифрлық коммуникация ұғымының эволюциясы айқындалды. Егер ХХ ғасырда ақпарат алмасу негізінен сызықтық (газет, радио, теледидар) сипатта болса, ХХІ ғасырда ол гипермедиа, мультимедиа және желілік форматқа көшті. Бұл Vineet Kaul (Kaul, 2012) сипаттаған «цифрлық революцияның» негізгі нәтижесі болып табылады. Цифрлық коммуникация – ақпараттың электрондық алмасуы. Егер ХІХ ғасырда байланыс құралдары шектеулі болса, ХХІ ғасырда электрондық пошта, ұялы телефон, лезде хабар алмасу сияқты көптеген мүмкіндіктер пайда болды. Бұл адамның кез келген уақытта, кез келген жерде ақпаратқа қол жеткізуіне және үздіксіз байланыста болуына жол ашты. Дегенмен, цифрлық коммуникация құралдарын

дұрыс пайдалану мәдениеті толық қалыптаспаған. Интернет пен жаһандық желінің өсуі, цифрландыру, есептеу қуатының арзандауы, медиа нарықтағы реттеудің әлсіреуі – бұқаралық коммуникацияда жаңа дәуірді бастады. Цифрлық журналистика дәстүрлі БАҚ-ты ығыстыруда. Яғни, цифрлық коммуникация теориясы (Theory of Digital Communication) бойынша ақпарат символдар жиынтығы ретінде қарастырылады. Байланыс арнасы үздіксіз толқындар арқылы берілсе де, оларды цифрлық сигналдар ретінде талдау тиімді. Жаңа медиа зерттеулері «эксперименттік әдіснамамен» ерекшеленеді. Олар пәнаралық тұрғыдан дамып, технологияның әлеуметтік әсерін кешенді қарастырады. Екіншіден, цифрлық коммуникация теориясы ақпаратты дискретті символдар ретінде қарастырып, шулы және тұрақсыз арналар арқылы сенімді жеткізу мәселесін алдыңғы қатарға шығарады (На, 2022). Бұрын тек техникалық негізде қарастырылған бұл ұғым бүгінде әлеуметтік, мәдени және саяси факторларды да қамтитын кешенді теориялық құрылымға айналған. Үшіншіден, медиа теорияларының трансформациясы айқындалды. Дәстүрлі теориялар (Uses and Gratifications, Agenda-Setting, Cultivation) цифрлық ортада жаңа нұсқаларға (Networked Agenda-Setting, MAIN model, Differential Cultivation) бейімделді (Almakaty, 2024). Соңғы жиырма жылдағы коммуникация теорияларының эволюциясын, цифрлық дәуірдегі жаңа үрдістер мен әдіснамалық өзгерістеріне тоқталсақ. Дәстүрлі теориялардың ішінде ақпараттық теория (Shannon & Weaver, 1949) және Медиум теориясы (McLuhan, 1964) бастапқыда коммуникацияны техникалық және медиалық тұрғыдан түсіндірді. Uses and Gratifications Theory (Blumler & Katz, 1974) – аудиторияны пассивті емес, белсенді медиатүтуші ретінде қарастырады. Цифрлық ортада ол жаңа мотивациялармен толықты. Agenda-Setting Theory (McCombs & Shaw, 1972) – дәстүрлі БАҚ күн тәртібін қалыптастырса, қазір бұл үдерісті әлеуметтік медиа, алгоритмдер және қолданушылардың өздері де анықтайды. Аталған теориялар дәстүрлі коммуникацияның ақпараттық бөлігін сипаттаса, қазіргі цифрлық дәуірдегі жаңа теориялық бағыттар қатарына Network Society Theory (Castells, 1996, 2011), Participatory Culture (Jenkins, 2006), Presumption (Ritzer & Jurgenson, 2010), Media Ecology (McLuhan & Morley) теориялары жаңа медиа ортасындағы коммуникациялық тәжірибені түбегейлі өзгертеді. Заманауи үрдістер мен әдіснамалық жаңалықтарды

Big Data Analytics, Digital Ethnography, Network Analysis, Computational Grounded Theory (Nelson, 2020) аталған өзекті теориялар арқылы толықтыруға болады. Дәстүрлі теориялар әлі де маңызын сақтағанымен, оларды заманауи жағдайға бейімдеу қажет. WikiLeaks сияқты платформалар саяси мәдениеттің жаңа үлгісін қалыптастырса, әлеуметтік медиа пайдаланушыларға ақпарат күн тәртібін жасауға мүмкіндік берді. Бұл үрдісті (Vijaya, 2017) дәстүрлі теориялардың қайта қаралуымен байланыстырады. Мақалада бұқаралық ақпарат құралдары теорияларының дәстүрлі кезеңнен бастап цифрлық дәуірге дейінгі эволюциясы қарастырылады.

Журналистика теориялары – мысалы, қоғамдық сфера (Habermas), медиатизация теориясы (Couldry), инфлюенсерлік экономика – Орта Азия контекстінде жаңаша мағына алады. Бұл өңірлерде мемлекеттік идеология мен цифрлық еркіндіктің қақтығысы ерекше өзекті болып табылады. Гибридтік медиа – ресми БАҚ пен әлеуметтік медиа – қатар жұмыс істейді. Фейк-ньюс пен цензура – журналистік этика мен жауапкершілікті қайта қарауға мәжбүрлейді.

Инфлюенсерлік мәдениет пен TikTok трендтері жастарды жаңалықты дәстүрлі БАҚ-тан емес, бейресми көздерден алуға үйретіп жатыр. Цифрлық белсенділік (мысалы, онлайн-петициялар, #activism) жаңа қоғамдық қозғалыстардың бастамасы болуы мүмкін. Бірақ мемлекеттер бұл процестерге қарсы цензура, интернет шектеулері арқылы тосқауыл қоюда.

Орта Азия журналистикасында цифрлық коммуникация теорияларының трансформациясы туралы тоқталып өтсек. Цифрлық медианың дамуы коммуникация саласында жаңа теориялық тәсілдер мен әдіснамаларды қажет етеді. McLuhan-ның «медиа – бұл хабар» тұжырымынан бастап, қазіргі платформалық капитализм мен қатысу мәдениетіне дейінгі концепциялар бүгінгі журналистиканың трансформациясын түсінуге мүмкіндік береді. Алайда бұл теориялардың басым бөлігі Батыс медиамәдениетінің аясында жасалған. Сондықтан оларды Орта Азия елдеріне (Қазақстан, Өзбекстан, Қырғызстан, Тәжікстан, Түрікменстан) қолдану белгілі бір бейімдеуді талап етеді.

McLuhan медиа құралдарын тек ақпарат тасымалдаушы емес, мәдени және когнитивті ортаны өзгертуші элемент ретінде қарастырды. Оның «the medium is the message» тұжырымы цифрлық журналистикада айқын көрініс табуда. Теледидар мен газетке қарағанда TikTok немесе

Telegram-дағы ақпарат мүлдем басқа әсер қалдырады, қабылдау форматын өзгертеді.

Заманауи кезеңде цифрлық платформалар Орта Азия аймағындағы азаматтық қоғамның өзін-өзі ұйымдастыруы мен «желілік белсенділік» (#activism) құбылысының негізгі медиаторына айналды. Алайда, бұл трансформациялық процесс мемлекеттік аппараттың цифрлық кеңістікті бақылауға бағытталған превентивті техникалық және заңнамалық рестрикцияларымен қатар жүруде.

Орталық Азиядағы онлайн-петициялар тетігі «төменнен жоғарыға» бағытталған (bottom-up) саяси коммуникацияның жаңа моделін қалыптастырды.

Қазақстан: 2023-2025 жылдар аралығындағы азаматтық белсенділік, атап айтқанда, тұрмыстық зорлық-зомбылыққа қарсы бағытталған диджитал-наразылықтар (#НеМолчиKZ) заңнамалық актілердің реформалануына (декриминализациядан криминализацияға өту) тікелей катализатор болды. Ресми E-Petition.kz порталының институционализациялануы – мемлекеттің стихиялы цифрлық белсенділікті құқықтық арнаға трансформациялау әрекеті ретінде қарастырылады.

Қырғызстан: «Re-акция» қозғалысының Facebook пен Telegram платформалары арқылы жұмылдырылуы (mobilization) цифрлық кеңістіктің саяси өзгерістерді генерациялаудағы жоғары әлеуетін дәлелдеді.

Технологиялық шектеулер: Интернет-рестрикциялар мен «Цифрлық қараңғылық»

Азаматтық белсенділікті тежеудің ең радикалды әдісі – интернет-блэкаут (Internet Shutdowns).

Қазақстан (2022 жыл, Қаңтар): Назылық акциялары кезіндегі интернеттің толық деактивациясы ғылыми әдебиетте «цифрлық қараңғылық» (digital blackout) терминімен сипатталады. Бұл коммуникациялық үйлестіруді жоюға бағытталған стратегиялық ақпараттық тосқауыл болып табылады.

Өзбекстан (2022 жыл, Қарақалпақстан): Нөкіс оқиғалары барысындағы ақпараттық шектеулер «ақпараттық вакуум» тудыру арқылы азаматтардың цифрлық құқықтарының шектелуіне және халықаралық медиа-мониторингтің қиындауына әкелді.

Инфрақұрылымдық шектеулермен қатар, цифрлық контентті бақылаудың заңнамалық және фильтрациялық тетіктері жетілдірілуде.

Тәжікстан: Әлеуметтік желілерді (Meta платформалары, YouTube) жүйелі түрде бұғаттау

және мемлекеттік байланыс қызметінің «интернет-фильтрация» орталықтары арқылы контентті сүзгілеу – аймақтағы ақпараттық авторитаризмнің айқын көрінісі.

Түркменстан: Глобалды платформалардың (WhatsApp, Instagram) бұғатталуы және баламалы «ішкі желі» (интранет) құру әрекеттері ақпараттық кеңістіктің толық оқшаулануына (digital isolation) бағытталған.

Қоғамдық пікірді манипуляциялау мақсатында мемлекеттік немесе аффилирленген құрылымдар «есептеуіш насихатты» (computational propaganda) белсенді қолданады. Кибер-тролльдер мен боттар фабрикасы оппозициялық дискурсты девальвациялау, белсенділерге цифрлық шабуыл жасау (harassment) және алгоритмдік шағымдар (reporting) арқылы баламалы ой-пікірлерді шектеуді жүзеге асырады.

Е. Морозовтың «Цифрлық авторитаризм» (Digital Authoritarianism) концепциясына сүйенсек, Орталық Азия мемлекеттерінде технологиялар тек модернизация құралы емес, сонымен қатар саяси бақылауды легитимациялау мен нығайту тетігі ретінде қызмет етеді. Осылайша, аймақтағы цифрлық коммуникация – азаматтық қоғамның «демократияландырушы әлеуеті» мен мемлекеттік аппараттың «авторитарлық технологиялары» арасындағы антогонистік күрес алаңына айналған.

Орта Азияда бұл теория медиажүйенің қалай өзгеріп жатқанын түсіндіру үшін маңызды, алайда шектеулері бар. Мысалы, ауылдық жерлерде интернет баяу немесе қолжетімсіз болғандықтан, медиаэкология біркелкі қалыптаспайды. Журналистиканың цифрлық форматқа көшуі қала-аудандар арасында тең емес жүріп жатыр.

Сонымен қатар Postman айтқан «ақпараттық артықшылықтың» зияны да байқалады – сенімді ақпарат пен фейк контенттің ара-жігін айыру қиындап, аудиторияның медиа сауаттылығы сұрақ туғызуда (Postman, 1992).

Castells желілік қоғамды ақпарат тарату мен билік құрылымдарының өзгерісімен байланыстырады. Ақпараттың интернет арқылы таралуы дәстүрлі журналистиканың құрылымын бұзады, вертикалды иерархиялардан гөрі горизонталды коммуникациялық модельдер пайда болады (Castells, 1996).

Орта Азия елдерінде бұл теория жартылай қолданылады. Жастардың Telegram, Instagram, TikTok арқылы ақпарат таратуы Castells-тің желілік құрылымына сай келеді. Алайда мемлекет-

тердің ақпаратты бақылауға ұмтылысы бұл процесті тежейді. Желілік қоғам қағидаттары еркін тарамайды, себебі: цензура; интернеттің шектелуі (мысалы, митинг кезіндегі ажырату); онлайн платформаларды қадағалау (кіруді бұғаттау, аккаунттарды жою).

Демек, Castells теориясының аймақтық шектеуі – ол желілердің автономды және ашық болуын талап етеді, ал бұл Орта Азияда толық жүзеге аспайды. Қоғамдық кеңістік теориясы (Jürgen Habermas) және оның цифрлық трансформациясы. Habermas ұсынған қоғамдық кеңістік – бұл азаматтардың пікір алмасу арқылы қоғамдық пікір қалыптастыратын алаңы. Бүгінгі цифрлық кеңістікте бұл рөлді әлеуметтік желілер, форумдар, Telegram-чаттар атқарады. Орта Азия контекстінде бұл теория ерекше маңызға ие. Себебі дәстүрлі БАҚ көбіне мемлекеттік бақылауда болғандықтан, тәуелсіз пікір білдіру кеңістігі онлайн форматтарға көшкен. Мысалы, қазақстандық жастар әлеуметтік желілерде қоғамдық наразылық, гендерлік теңдік, тіл саясаты сияқты тақырыптарды ашық талқылауда. Алайда Habermas ұсынған «рационалды пікірталас» мұраты көп жағдайда орындалмайды. Троллинг, манипуляция, боттар қоғамдық дискурсты бұрмалайды. Цензура мен қудалау үрей тудырып, ашық пікір білдіруге тосқауыл болады. Онлайн кеңістік түрлі мүдделі топтардың күрес аренасына айналады, бұл өз кезегінде шынайы диалогтың орнауына кедергі келтіреді. Платформалық капитализм (Nick Srnicek) және журналистиканың экономикасы. Srnicek платформалық капитализм теориясында Google, Facebook, TikTok секілді цифрлық алпауыттар арқылы ақпарат ағынын бақылаудың жаңа формасын сипаттайды. Бұл платформалар тек коммуникация құралы емес, дерек жинап, жарнама, назар және тұтыну арқылы пайда табатын жүйе.

Орта Азияда журналистика осы платформаларға тәуелді бола бастады. Журналистер мен медиаресурстар Facebook немесе YouTube алгоритмдерімен бәсекеге түсуге мәжбүр. Бұл кликбейт пен сенсациялық контенттің көбеюіне, жалған ақпараттың тез таралуына, журналистиканың нарыққа бағыныштылығына алып келеді.

Мұндай жағдайда журналистің рөлі шынайы ақпарат беруші емес, платформа ережесіне бейімделуші болып өзгеруде. Орта Азия елдерінде платформалық экономика жергілікті медиа құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігін төмендетіп отыр, себебі қаржылық, техникалық және тiлдiк ресурстар шектеулі.

Қазіргі цифрлық медиа теорияларына Social Media Theory – әлеуметтік желілердің қоғамға, пікір қалыптастыруға, өзін-өзі танытуға ықпалы. Post-Truth, Information Disorder Theories – жалған ақпарат, фейк жаңалықтар, «шынайылықтан кейінгі» дәуірдегі объективті ақиқаттың бұзылуы. Algorithmic Culture Theory – алгоритмдер контентті таңдауға, қабылдауға ықпал етеді, мәдени тәжірибені өзгертеді. Platform Studies – әр платформа (Facebook, YouTube, т.б.) өз құрылымы мен ережесі арқылы коммуникацияны өзгеше қалыптастырады. Болашақтағы бағыттар мен әдіснамаға жасанды интеллект (AI) – медиа өндіріс пен контентті жекешелендіруде шешуші факторы жатқызылады.

Сонымен қатар, жаңа теориялық үлгілер мен ұғымдар пайда болды. Олардың қатарында желілік қоғам теориясы (Castells), қатысушы мәдениет (Jenkins), алгоритмдік басқару (Bucher), назар экономикасы (Wu), платформалану теориясы бар (Almakaty, 2024), (Веренич, 2023). Бұл теориялар ақпараттық ағымдардың тек медиаға ғана емес, қоғамның барлық әлеуметтік құрылымына әсер ететінін дәлелдейді.

Қазіргі заманғы ең өзекті парадигмалар қатарына гипермедиа коммуникациясы жатады. Ол мәтін, бейне, дыбыс және виртуалды шындық элементтерін біріктіріп, пайдаланушыға бейсызық және интерактивті тәжірибе ұсынады. Бұл тәсіл білім беру, мәдениет және күнделікті қарым-қатынаста түбегейлі жаңа мүмкіндіктер ашады. Алдыңғы еңбектермен салыстырғанда, біздің зерттеуіміз цифрлық коммуникация теорияларының эволюциясын тек техникалық тұрғыда ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-мәдени трансформациялар арқылы да қарастыру қажеттігін көрсетті. Мысалы, Якушина (Жумагельди, 2021) заманауи цифрлық құралдардың тұлғааралық қарым-қатынасқа әсерін талдаса, Веренич (Якушина, 2023) оларды бизнес-коммуникациядағы стратегиялық құрал ретінде сипаттайды. Бұл салыстыру цифрлық коммуникацияның әмбебап және көпқырлы құбылыс екенін дәлелдейді.

Қорытынды

Қазіргі заманғы коммуникациялық кеңістік түбегейлі өзгерістерге ұшырап отыр. Дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалы әлсіреп, олардың орнын алгоритмдер мен платформаларға негізделген жаңа ақпараттық жүйелер басуда. Бұл құбылыс тек технологиялық

трансформация емес, сонымен бірге қоғамдағы әлеуметтік қатынастардың, мәдени тәжірибелердің және экономикалық модельдердің қайта құрылуына әкелуде. Осы тұрғыда цифрлық коммуникация теорияларын дамыту мен жаңа әдістемелік тәсілдерді ғылыми айналымға енгізу ерекше маңызға ие болып отыр. Қорытындылай келе, зерттеу нәтижелері қазіргі цифрлық коммуникацияның негізгі ерекшеліктерін айқындады. Ол дәстүрлі медиа үлгілерін ығыстырып, желілік қоғамды қалыптастыруда, жаңа әдістемелік тәсілдер (Big Data, желілік талдау, цифрлық этнография) коммуникацияны зерттеудің негізгі құралдарына айналып, гипермедиа мәдени және әлеуметтік тәжірибені қайта құрушы жетекші фактор болып отыр. Коммуникациядағы билік енді дәстүрлі БАҚ-тың қолында емес, алгоритмдер мен платформалардың ықпалында. Бұл тұжырымдар цифрлық коммуникация теорияларын әрі қарай дамыту мен жаңа әдістемелік тәсілдерді ғылыми айналымға енгізудің өзектілігін көрсетеді. Әдебиеттерді шолу мен нәтижелерді талдау көрсеткендей, классикалық теориялар толық жойылмай, цифрлық жағдайға бейімделуі бірден болмайды. Мәселен, Two-Step Flow теориясы әлеуметтік медиа көшбасшыларымен жаңа деңгейде расталса, Cultivation Theory әр платформада әртүрлі әсер ету арқылы «differential cultivation» үлгісін анықтады. Зерттеу нәтижелері цифрлық коммуникация теорияларының қазіргі кезеңде кешенді сипатқа ие болып, жаңа әдістемелік тәсілдер арқылы ғылыми айналымға енгенін көрсетті. Олар тек ақпарат алмасудың техникалық үлгісін емес, сонымен бірге әлеуметтік қатынастардың, мәдени процестердің және экономикалық модельдердің өзгеруін түсіндіруге мүмкіндік береді. Зерттеу нәтижелері қазіргі цифрлық коммуникацияның бірқатар басты ерекшеліктерін айқындады.

Мануэль Кастельстің «желілік қоғам» тұжырымдамасы бүгінгі кезеңде өзінің толық ғылыми дәлелін табуда. Ақпарат тек мәтін немесе бейне түрінде ғана емес, гиперсілтемелер арқылы шексіз кеңейтіліп, әртүрлі медиа формаларды біріктіріп жеткізіледі. Бұл жағдай коммуникациялық тәжірибені күрделендіріп, мәдени мағыналарды көпқабатты сипатта қалыптастыруға мүмкіндік береді. Қазіргі таңда ақпарат ағымын реттеуде басты шешуші рөл дәстүрлі редакциялар емес, әлеуметтік желілер мен іздеу жүйелерінің алгоритмдері атқарып отыр. Алгоритмдер қай ақпарат көрінетінін, қандай мазмұн аудиторияға ұсынылатынын анықтап, қоғамдық пікір

қалыптастыруда маңызды факторға айналды. Цифрлық коммуникацияны зерттеу үшін дәстүрлі теориялық үлгілер жеткіліксіз болып шықты. Жаңа жағдайға қарамастан, классикалық теориялар өзектілігін жоғалтқан жоқ, керісінше цифрлық ортаға бейімделіп отыр. Two-Step Flow теориясы қазіргі әлеуметтік желілерде жаңа мағынаға ие болды. «Қоғамдық пікір көшбасшылары» блогерлер, инфлюенсерлер және медиа тұлғалар арқылы жүзеге асып, аудиториямен тікелей байланыс орнатты. Cultivation Theory әртүрлі платформаларда түрлі деңгейде әсер ететін «дифференциалды өсіру» (differential cultivation) моделін қалыптастырды. Яғни әр әлеуметтік желі қолданушы санасында әрқилы мәдени және идеологиялық бейнелерді орнықтырады. Түйіндей келе, зерттеу нәтижелері қазіргі цифрлық коммуникацияның негізгі ерекшеліктерін анықтайды. Ол дәстүрлі медиа үлгілерін ығыстырып, желілік қоғамды қалыптастыруда жетекші факторға айналды. Жаңа әдістемелік тәсілдер – Big Data, желілік талдау, цифрлық этнография – коммуникацияны зерттеудің басты құралдары ретінде ғылыми айналымға еніп отыр.

Қырғызстан бұл елде дата-журналистика әлдеқайда дамыған. Мысалы, Клоор басылымы ашық деректерді пайдаланып, қоғамдағы маңызды мәселелерді көтеруде сәтті жұмыс істейді. Қырғызстанның мемлекеттік құрылымдарының ашық деректермен жұмыс істеу деңгейі жоғары. Бұл журналистерге қоғамдағы проблемаларды көрсету және билікке ықпал ету мүмкіндігін береді.

Қазақстан бұл елде де дата-журналистика дамып келеді, бірақ Қырғызстанға қарағанда аз. Қазақстанда «Factcheck.kz» сияқты басылымдар мемлекеттік мәліметтер мен фактілерді тексеріп, қоғамға шынайы ақпарат ұсынуда белсенді. Сонымен қатар «Власть» және «Ktrisha.kz» сияқты жобалар ашық деректер негізінде қоғамдағы

түрлі салаларға қатысты ақпарат жинап, оны түсіндірмелі түрде ұсынады.

Тәжікстан бұл елде дата-журналистика үшін қажетті инфрақұрылым әлі де жетіспейді. Журналистердің көпшілігі мемлекеттік дереккөздерге қол жеткізуге қиындықтар туғызып отыр, ал ашық деректердің жоқтығынан жұмыс істеу мүмкіндігі шектеулі. Дегенмен, кейбір тәжік басылымдары, мысалы, «Азия Плюс» ашық деректерді қолдана отырып зерттеулер мен талдаулар жүргізуде. Бірақ бұл бағыттағы жұмыс әлі де көбінесе иллюстрациялық сипатта, яғни деректер толық талданып, үлкен зерттеулерге негізделген жұмыстар жоқ.

Дата-журналистика – өте пайдалы, бірақ сонымен бірге күрделі жұмыс. Орталық Азия елдерінде оның дамуы әртүрлі деңгейде. Қырғызстан мен Қазақстанда ашық деректерге қол жетімділік жақсарып, бұл салада жаңа мүмкіндіктер ашылса, Тәжікстанда бұл бағытта едәуір қиындықтар бар. Барлық елдерде де журналистер осы саланың маманы болу үшін қосымша білім мен тәжірибе қажет екені анық.

Коммуникациядағы билік енді дәстүрлі БАҚ-тың қолында емес, алгоритмдер мен платформалардың ықпалында. Әдебиеттерді шолу мен зерттеу нәтижелерін талдау көрсеткендей, классикалық теориялар толық жойылған жоқ, олар жаңа жағдайға бейімделіп, жаңа қырынан дамуда. Цифрлық коммуникация теориялары бүгінгі таңда кешенді сипатқа ие болып, тек ақпарат алмасу үдерістерін ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік қатынастардың, мәдени процестердің және экономикалық модельдердің өзгеруін түсіндіруге мүмкіндік береді. Осылайша, цифрлық коммуникация теорияларының дамуы – ғылым үшін де, қоғам үшін де өзекті әрі болашақтағы зерттеулерге бағыт беретін маңызды ғылыми арна болып табылады.

Авторлардың үлесі:

Садвакасова Ж.Е. – материалды жинау, негізгі бөлімді жазу, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу;

Шурентаев А.М. – хат-хабар авторы, зерттеу жұмысын басқару, әдебиетпен жұмыс, материалдар жинау, кеңес беру.

Әдебиеттер

Абылханова, Ә., & Әшірбекова, Г. (2024). Әлемдік ақпарат құралдарындағы Орталық Азия елдері саяси көшбасшыларының медиаобrazy. Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. Журналистика сериясы, 4(149), 119–133.

Almakaty, S. (2024). New trends in communication theories and research in the age of digital media: Analytical study. Pakistan Journal of Life and Social Sciences, 22(2), 10121–10137. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00763>

Almakaty, S. (2025). The evolution of mass communication theories in the digital era: A comprehensive literature review. Preprints. <https://doi.org/10.20944/preprints202412.0286.v2>

- Aytac, U. (2022). Digital domination: social media and contestatory democracy. *Politics & Society*. <https://doi.org/10.1177/00323217221096564>
- Веренич, Д. В. (2023). Инструменты цифровых коммуникаций в развитии бизнес-организации. В А. Д. Кривоносов (ред.), *Коммуникации в условиях цифровых изменений: Материалы VII Международной научно-практической конференции* (с. 1–285). СПбГЭУ.
- Жумагельди, И. К., & Тапанова, С. Е. (2021). Заманауи коммуникация құралдарының дамуы және оның дәстүрлі БАҚ-қа ықпалы. *Молодой ученый*, 37(379), 166–168. <https://moluch.ru/archive/379/83987/>
- Якушина, О. И. (2023). Современные цифровые средства коммуникации и их влияние на построение личных отношений. Теория и практика общественного развития, 7(183), 97–106. <https://doi.org/10.24158/tipor.2023.7.12>
- Ha, T. (2022). *Theory and design of digital communication systems* (Vol. 1). Cambridge University Press.
- Kasemsarn, K., & Nickpour, F. (2025). Digital storytelling in cultural and heritage tourism: A review of social media integration and youth engagement frameworks. *Heritage*, 8(6), 200. <https://doi.org/10.3390/heritage8060200>
- Kaul, V. (2012). The digital communications revolution. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(3), 113–130. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2392>
- Kruikemeier, S., Boerman, S., & Bol, N. (2021). *Algorithmic systems in the digital society*. University of Amsterdam. <http://hdl.handle.net/11245.1/88d69d8a-5020-48dd-8c91-fb6654070e52>
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. PublicAffairs.
- Postman, N. (1992). *Technopoly: The surrender of culture to technology*. Vintage Books.
- Putri, P. Y., & Purwadi, P. (2025). The role of social media in fostering inclusive digital communication: A bibliometric analysis using Scopus. *International Journal of Digital Communication and Media*.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Blackwell. DOI:10.1002/9781444319514
- Saud, M., Ida, R., Mashud, M., Yousaf, F., & Ashfaq, A. (2023). Cultural dynamics of digital space: Democracy, civic engagement and youth participation in virtual spheres. *International Journal of Intercultural Relations*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2023.101904>

Электронды ресурстары:

- Азаттық рухы. (2021, 26 қазан). Қазақстандық цифрландыру тәжірибесі өзге елдерге үлгі бола ала ма? <https://azattyq-ruhy.kz/society/26911-kazakstandyk-tsifrlandyru-t-zhiribesi-ozge-elderger-ulgi-bola-ala-ma>;
- New Reporter. (2019, 18 сәуір). *Data-zhurnalistika v Tsentralnoj Azii: Gde kopayut glubzhe?* <https://newreporter.org/2019/04/18/data-zhurnalistika-v-centralnoj-azii-gde-kopayut-glubzhe/>
- Access Now. (2023). *Keep It On: The global cost of internet shutdowns*. <https://www.accessnow.org/keepiton/>
- Freedom House. (2024). *Freedom on the Net report: Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan*. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net>
- Shaji George, A. (2025). *The evolution of digital and social media communications: Opportunities, challenges, and the road ahead*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15066047>

References

- Abylkhanova, A., & Ashirbekova, G. (2024). Alemdik akparat kuraldaryndagy Ortalyk Azia elderi sayasy koshbashylarynyn mediaobrazy [Media image of political leaders of Central Asian countries in world media]. *Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism Series*, 4(149), 119–133.
- Almakaty, S. (2024). New trends in communication theories and research in the age of digital media: Analytical study. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 10121–10137. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00763>
- Almakaty, S. (2025). The evolution of mass communication theories in the digital era: A comprehensive literature review. *Preprints*. <https://doi.org/10.20944/preprints202412.0286.v2>
- Aytac, U. (2022). Digital domination: social media and contestatory democracy. *Politics & Society*. <https://doi.org/10.1177/00323217221096564>
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Blackwell. DOI:10.1002/9781444319514
- Ha, T. (2022). *Theory and design of digital communication systems* (Vol. 1). Cambridge University Press.
- Kasemsarn, K., & Nickpour, F. (2025). Digital storytelling in cultural and heritage tourism: A review of social media integration and youth engagement frameworks. *Heritage*, 8(6), 200. <https://doi.org/10.3390/heritage8060200>
- Kaul, V. (2012). The digital communications revolution. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(3), 113–130. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2392>
- Kruikemeier, S., Boerman, S., & Bol, N. (2021). *Algorithmic systems in the digital society*. University of Amsterdam. <http://hdl.handle.net/11245.1/88d69d8a-5020-48dd-8c91-fb6654070e52>
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. PublicAffairs.
- Postman, N. (1992). *Technopoly: The surrender of culture to technology*. Vintage Books.
- Putri, P. Y., & Purwadi, P. (2025). The role of social media in fostering inclusive digital communication: A bibliometric analysis using Scopus. *International Journal of Digital Communication and Media*.
- Saud, M., Ida, R., Mashud, M., Yousaf, F., & Ashfaq, A. (2023). Cultural dynamics of digital space: Democracy, civic engagement and youth participation in virtual spheres. *International Journal of Intercultural Relations*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2023.101904>

Verenich, D. V. (2023). Instrumenty tsifrovyykh kommunikatsiy v razvitiі biznes-organizatsii [Digital communication tools in business organization development]. In A. D. Krivonosov (Ed.), *Kommunikatsii v usloviyakh tsifrovyykh izmeneniy: Materialy VII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* (pp. 1–285). SPbGEU.

Yakushina, O. I. (2023). Sovremennye tsifrovye sredstva kommunikatsii i ikh vliyanie na postroyeniye lichnykh otnosheniy [Modern digital means of communication and their influence on building personal relationships]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 7(183), 97–106. <https://doi.org/10.24158/tipor.2023.7.12>

Zhumageldi, I. K., & Tapanova, S. E. (2021). Zamanaui kommunikatsiya kuraldarynyn damuy zhane onyn dasturli BAK-ka ukpaly [The development of modern communication tools and its impact on traditional media]. *Molodoy uchenyy*, 37(379), 166–168. <https://moluch.ru/archive/379/83987/>

Elektrondy resurstary

Access Now. (2023). Keep It On: The global cost of internet shutdowns. <https://www.accessnow.org/keepiton/>

Azattyq Ruhy. (2021, October 26). Kazakstandyk tsifrlandyru tazhiribesi ozge elderge ulgi bola ala ma? [Can Kazakhstan's digitalization experience serve as a model for other countries?]. <https://azattyq-ruhy.kz/society/26911-kazakstandyk-tsifrlandyru-t-zhiribesi-ozge-elderge-ulgi-bola-ala-ma>

Freedom House. (2024). Freedom on the Net report: Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net>

New Reporter. (2019, April 18). Data-zhurnalistsika v Tsentralnoy Azii: Gde kopayut glubzhe? [Data journalism in Central Asia: Where do they dig deeper?]. <https://newreporter.org/2019/04/18/data-zhurnalistsika-v-centralnoj-azii-gde-kopayut-glubzhe/>

Shaji George, A. (2025). The evolution of digital and social media communications: Opportunities, challenges, and the road ahead. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15066047>

Авторлар туралы мәлімет:

Садвакасова Жанай-Керім Ерболатқызы (корреспонденттік автор) – А.Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университеті, журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының 2 курс докторанты (Қостанай, Қазақстан, e-mail: kerim.sarina@gmail.com).

Шурентаев Амангельды Мирамович – PhD докторы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Баспасөз және баспа ісі кафедрасының меңгерушісі (Астана, Қазақстан, e-mail: aman.shurentayev@gmail.com).

Information about authors:

Sadvakassova Zhanay-Kerim Erbolatkyzy (corresponding author) – 2nd-year PhD student of the Department of Journalism and Communication Management, A. Baitursynuly Kostanay Regional University (Kostanay, Kazakhstan, e-mail: kerim.sarina@gmail.com).

Shurentayev Amangeldy Miramovich – PhD, Head of the Department of Printing and Publishing, L.N. Gumilyov Eurasian National University (Astana, Kazakhstan, e-mail: aman.shurentayev@gmail.com).

Сведения об авторах:

Садвакасова Жанай-Керім Ерболатқызы (автор для корреспонденции) – докторант 2 курса кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента Костанайского регионального университета имени А. Байтұрсынұлы (Костанай, Қазақстан, e-mail: kerim.sarina@gmail.com);

Шурентаев Амангельды Мирамович – доктор PhD, заведующий кафедрой печати и издательского дела, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева (Астана, Қазақстан, e-mail: aman.shurentayev@gmail.com).

Келін түсті: 29 қазан 2025 жыл

Қабылданды: 9 ақпан 2026 жыл