

Күзәрбаева А.А.

**Желілік коммуникациядағы
қоғамдық сана және қазақ
тілді контентті қалыптастыру
ерекшеліктері**

Бұл мақала әлеуметтік орта мен оның барлық салаларына диалог пен қарым-қатынас орнатудың жаңа формаларын енгізіп отырған желілік коммуникацияның заманалы қоғамдағы рөліне арналған. Желілік коммуникация бүгінде қоғамдық сананы қалыптастырушы негізгі күш ретінде алға шықты. Мақаланың мақсаты әлеуметтік желілердегі қоғамдық сананы зерттеу арқылы, мұндай желілердің қазақ тілі мен қазақ тілді контенттің дамуына әсерін зерттеу. Мақала авторы өз мақаласында интернет кеңістігіндегі қазақ тілді контенттің қалыптасуы мен оның даму ерекшеліктерін зерттеуге басымдық береді. Сонымен бірге, қазақ тіліндегі мазмұнның бағыты мен оның кемшін тұстарын анықтауға тырысады. Мақалада көптеген интернет саласында қызмет етіп жүрген тұлғалардың пікірлері, зерттеулері негізге алынған. Онымен қоса, түрлі отандық және шетел зерттеу агенттіктерінің статистикалық мәліметтері келтірілген. Автор өз мақаласында қазақ желілік коммуникациясының даму перспективасын жан-жақты болжам жасау арқылы зерттеуге тырысқан.

Түйін сөздер: қоғамдық сана, желілік коммуникация, қазақ тілді контент, идеология.

Kuzerbaeva A.A.

**Public opinion in the Network
communication and features
of formation kazakh –language
kontents**

This article is devoted to the role of network communication in modern society that make new forms of dialogue and communication in society and all its spheres, including in education. Network Communications play a special role in shaping public consciousness. The purpose of the article is to study formed the public consciousness in social networks, and the impact of social networks on the development of the Kazakh language and content in the state language. The author considers the formation of Kazakh-speaking content in the Internet space and exploring the features of its development. Also, trying to determine the direction and cons of Kazakh-language content. The article taken based opinion research and well-known personalities who work in the field of online journalism. As well as the statistical data of domestic and foreign research agencies . The author in his article tries to give a comprehensive forecasts the future development of the Kazakh network communication .

Key words: public opinion, network communication, kazakh–language kontent, ideology.

Күзәрбаева А.А.

**Общественное мнение
в сетевой коммуникации и
особенности формирования
казахоязычного контента**

Статья посвящается роли сетевых коммуникаций в современном обществе, которые вносят новые формы диалога и общения в социум и все его сферы, в том числе и в образование. Сетевые коммуникации играют особую роль в формировании общественного сознания. Цель статьи изучить сформировавшее общественное сознание в социальных сетях, а также влияние соцсетей на ход развития казахского языка и контента на государственном языке. Автор статьи рассматривает формирование казахоязычного контента в Интернет-пространстве и изучает особенности его развития. В статье взяты в основу исследования известных ученых, в сфере интернет-журналистики. А также приведены статистические данные отечественных и зарубежных исследовательских центров. Автор в своей статье пытается дать всесторонние прогнозы развитию казахской сетевой коммуникации.

Ключевые слова: общественное мнение, сетевая коммуникация, казахоязычный контент, идеология.

ЖЕЛІЛІК КОММУНИКАЦИЯДАҒЫ ҚОҒАМДЫҚ САНА ЖӘНЕ ҚАЗАҚ ТІЛДІ КОНТЕНТТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Желілік коммуникация бүгінде қоғамның барлық салаларын қамтыған, мультифункционалды әрі көпқырлы байланыс түріне айналып келе жатқандығы бәрімізге мәлім. Үш томнан тұратын «Ақпараттық дәуір: экономика, қоғам, мәдениет» деп аталатын еңбектің авторы, желілік қоғам теориясының негізін қалаған Мануэль Кастельс бұдан жиырма жыл бұрын-ақ жаһандану мен компьютерлену үдерісінің етек жайып келе жатқандығына қарап желілік коммуникацияның даму тенденцияларын алдын ала болжап қойған еді. Егер ғаламтор әлемін шеті мен шегі жоқ алып мұхит десек, сол мұхиттағы ақпараттар толқыны алпауыт күшке ие басты фактор. Бұл алпауыт күштің тізгінін әркім-ақ ұстағысы келеді, бірақ ғаламтордағы ақпараттар легін басқару әсте мүмкін емес нәрсе. Себебі, ондағы ақпарат контенті сағат сайын, минут сайын, тіпті секунд сайын керемет жылдамдықпен әлемнің әр түкпіріндегі қолданушылармен толығып отырады. Яғни, осыдан келіп ғаламтордың бұқаралық сипатын айқындауға болады.

Көптеген сарапшылар 1990 жылдан бастап әлемдік коммуникациялық революция дамып келе жатқандығын айтады, ал коммуникация тарихында сымсыз байланыс құралдары жедел қарқынмен дамып келе жатқан технологияға айналды. Кастельстің пікірінше, Интернет пен сымсыз коммуникация бұқаралық ақпарат құралдары болып табылмайды, дегенмен оларды интерактивті коммуникация құралдары деп атауға болады[1]. Солай бола тұрса да, бүгінде бұқаралық ақпарат құралдары мен коммуникацияның өзге де басқа формалары арасындағы шекаралар жойылып келеді. Бұдан бөлек, Интернет пен одан туындаған желілік коммуникацияның құрамдас бөліктері қаншама жеке тұлғалардың күнделікті өміріндегі, қызметі мен жеке уақыт өткізу кеңістігінің коммуникациялық тірегіне айналған. Бұл коммуникациялық құралдар оларды ақпараттандырудың, көңіл көтеруінің, мемлекеттік қызметтерге үйде отырып қолданыла алуының негізі ретінде кең қолданысқа ие болды. Көптеген БАҚ, мәдениет және ақпарат өнімдері Желінің пайдаланылу аясын одан да кеңейте түсті. Мәселен, Интернет толығымен телевидение деген әлемдік көзқарастың өзгеруіне үлкен себепкер болуда. Оңтүстік Калифорния университеті жанындағы Анненберг атындағы Орталықтың жүргізген зерттеулері нәтижесі көрсет-

кендей, қазіргі күні әлем жасөспірімдері телебағдарламалар көру үшін дәстүрлі тәсілдерді емес, тек Интернет көмегіне жүгінеді екен. Видеолектерді трансляциялау үшін Интернет құралдарын қолдану БАҚ өнімдерін қолданудың ең кең таралған түрі болып саналып келеді. Мәселен, 2010 жылы американдықтардың 48 пайызы ғаламтордағы видеофайлдарды үнемі көріп отырса, бұдан бір жылдан соң бұл көрсеткіш 54 пайызға өскен. Мұндай өзгерістерге дәстүрлі медиа құралдары да бастан кешірді, өзара желілік қатынас, өзге ақпарат таратушы ұйымдармен синергия секілді құбылыстар желідегі баспасөздің ажырағысыз компонентіне айналып жатқандығы да жасырын емес. Сонымен бірге, интерактивті блогинг жүйесі мен электронды поштасы бар жаңалық таратушы желілік қызметтер комбинациясы және «өте қарапайым жиынтық ақпарат» жүйесі (RSS) коммуникацияның басқа формасы – бұқаралық өзіндік коммуникацияның компонентіне айналды. Сонымен бұқаралық өзіндік коммуникация деп аталатын байланыстың жаңа түрінің қалыптасуы желілік байланысты қолданатын тұтынушылардың желіаралық коммуникативті мәдениеті ұғымының пайда болуына септігін тигізді. Яғни осыдан желілік коммуникацияның орасан зор саяси-әлеуметтік маңыздылығы проблемасы да шығады. Осы орайда, күннен-күнге қолданушылар саны артып келе жатқан желілік коммуникацияны тек қана ақпарат таратушы құрал ғана емес, сондай-ақ қоғамдық сананы қалыптастырушы күш ретінде қарастыру бүгінгі күннің өзекті мәселесі болып отыр[2]. Сондықтан да желілік коммуникацияның ұлттық идеологиялық тұрғыда дамуы мемлекеттің саяси тұрақтылығының беки түсуіне өз ықпалын тигізері анық.

Ресей ғалымы А.М.Лещенконың пайымдауынша, бүгінде желілік коммуникациялар жай ғана теоретикалық жоба ғана емес, эмпирикалық шындыққа айналған. Электронды пошта, чаттар, жедел хат жазу қызметтері, форумдар, блогтар, желілік қауымдастықтар тоқтаусыз айналымдағы және күннен күнге орасан зор күш алып келе жатқан құбылыс – электронды ақпарат бөлісудің манифестациясы іспеттес. Өзара қарым-қатынас орнату, пікірлермен алмасу, ақпаратпен бөлісу қызметін атқарып отырған әлеуметтік желілер күннен күнге ақпараттық басқару құралына және ақпараттық жекпе-жектер алаңына айналуға [2]. Осы тұста, желілік коммуникацияның зиянды тұстарына да көңіл бөле кеткен жөн сияқты. Г. Почепцовтың пікірінше, желілік коммуникация дүниежүзіндегі жетекші мемлекеттердің өз саяси идеологиясын тарату мақсатында жасап

шығарған, саяси ықпал етудің негізгі құралы. Мәселен ол, желілер лаңкестік немесе діни секталар секілді құбылыстардың даму моделі ретінде қолданылатынын тілге тиек етеді. Олар желілік коммуникацияның келесі факторлары арқылы айтарлықтай үлкен тиімділікке қол жеткізуге мүмкіндік алады дейді[3]:

- Адамдардың өзара желіаралық сенімділік танытуы шынайы өмірдегіге қарағанда аса жоғары деңгейде болуы, яғни желіде отырған қолданушылар бір-бірінің сөзіне сенуге әлдеқайда бейім болады;

- Желі пайдаланушыларының басын біріктіретін ортақ бір идеологияның, діннің, өмір сүру дағдысының болуы оларды бір бағытта жұмылдыруға мүмкіндік береді, осы арқылы көптеген саяси іс-әрекеттер жүзеге асады.

- Желі пайдаланушылары ондағы көптеген ақпараттардың шынайылығын тексеріп жатпай, көзсіз сенуге дайын тұрады [3].

Міне, жоғарыда айтылған және өзге де идеологиялық сипаттағы қауіп-қатерлердің Қазақстан жұртшылығын айналып өтуі үшін де ғаламторда қазақ мүддесі мен танымына сай келетін, ұлттық тарихымыз бен салт-дәстүріміздің негізінде қалыптасқан ұлттық идеологиялық модельді жасап шығару қажеттілігі күннен-күнге маңызды бола бастады. Демек, бүгінде бүкіл әлем біртұтастанып, әр ұлттың жеке дара ұлттық сипаты, болмысы жаһандандудың сұм аранында тұрған шақта кез келген мемлекет өзіне келетін қауіпті қай жағынан болса да тойтаруға тырысу керек. Сондықтан да желілік коммуникацияның Қазақстан жұртшылығына әсерін, ел өміріндегі қызметі мен маңызын зерттеу талассыз үлкен маңызға ие өзекті тақырып болып отырғаны айқын.

Жалпы, дәл осы бұқаралық қоғамды қалыптастырушы құралдардың бір тармағы ретінде әлеуметтік желілерді де алып қарастыруға болады. Желілік коммуникацияның басты құралы болып саналатын әлеуметтік желілер бүгінгі заманалы адам өмірінің негізгі әрі ажырамас құрамдас бөлігіне айналып кеткені белгілі. Әлеуметтік желілердің халық арасында кең таралуы оның қоғамдағы зерттелуі мен одан ары қарай өз мүддемізге сай дамуын қажет ететін маңызды факторлардың бірі. Себебі, әлеуметтік желілер бүгінде қоғамдық пікір тудырушы, халыққа бағыт-бағдар сілтеуші, психологиялық әсер етуші. Жалпы әлеуметтік желілерге мынадай анықтама беріледі: «әлеуметтік желілер – ермектері бірдей адамдардың Интернетте бірігетін қоғамдастық сайттары. Осы сайттарда адамдар жедел түрде мәліметтер алмасады және достар табады. Бірақ

осы сайттар арқылы тек қатынасып қана қоймай, адамдар музыка, видео іздеу мүмкіндігіне ие болып, өздеріне қызықты мағлұматтарды достарына көрсетіп, пікір алмаса алатын ерекше көңіл-көтеру орны» [1]. Дегенмен белгілі блогер, жаңа медиа дамуын зерттеуші ретінде танымал Асхат Еркімбаев: «Ахмет Байтұрсынов кезінде тілді құрал десе, интернет те біздің дәуірімізде бірінші кезекте дәл сондай қарым-қатынас құралы. Тілді қарым-қатынас құралы ретінде ғана емес, сонымен қатар адамды иландыру, үркіту т.с.с. мақсатта да қолданатымыз рас. Бірақ ол үшін адам құралды жақсы пайдалана білуі керек... Әрбір елдің ұлттық дәстүрі мен танымына сәйкес «құрал» әртүрлі қолданылуы керек деп санаймын» – деп, интернеттің де әр ұлттың мүддесіне сай жұмыс жасауы қажет деген ойын аңғартқан еді [2]. Яғни осы пікір тұрғысынан қарастырғанда қазақ тілін, қазақ мәдениетін, қазақ дәстүрін жоғалтып алмай, керісінше ғаламтордағы қазақ ұлтының ұлттық моделін қалыптастырып, оның дамуына жол ашу біздің алдымызда тұрған басты міндеттердің бірі деп ұғынуымыз қажет.

Жалпы, бүгінгі күнгі әлеуметтік желілердің Қазақстандағы қызметі қай бағытта дамып келеді, оның өн бойындағы қазақ тілінің даму мәселесі қаншалықты деңгейде және оның ұлттық қазақи болмысты дамытуға қосып жатқан үлесі бар ма? Оның қазақ тілді тұтынушылар санын арттыру мен қазақ тілін насихаттаудағы рөлі қаншалықты деген мәселе аясын барынша ашуға тырысып көрейін.

«Қазнет» қызметкері, блоггер Қуаныш Мағзуов www.total.kz сайтына қазақ интернетінің дамуы жөнінде өзінің зерттеуі бойынша бірнеше деректер жариялады[4]. Оның пікірінше қазақ интернетінің, оның ішінде әлеуметтік желілерінің қазақ тілінде дамуына өз үлесін қосып жатқандар тек қана Қазақстан емес, сонымен қатар Ресей, Түркия, Моңғолия, Қытай мемлекеттерінде тұратын қандастарымыз екен. Қуаныш Мағзуов өз зерттеу жұмысында қазақтілді интернет сайттар туралы толыққанды дерлік мәлімет беріп, бірқатар статистикалық деректер де келтірген. Соның ішінде бір ғана www.massagan.com веб-порталы туралы мәліметтерді келтірер болсақ, Моңғолияда туып-өскен үш қазақ азаматы (Бақытнұр, Талғат, Жанарбек) бастамашы болған бұл сайт бүгінде қазақтілді интернет пайдаланушылар арасында кеңінен танымал[5]. «Мәссағанда» түрлі пайдалы мәліметтер, деректер беріледі, көркем шығармалар да молынан бар. Мақалада келтірілген дерекке сүйенсек, бір ғана наурыз айында сайттың қызметін Алматы

(15211), Шымкент (7120), Атырау (6705), Астана (5241), Теміртау (5173), Қарағанды (3843), Семей (3117), Орал (245), Павлодар (2097), Қостанай (2041) қалаларының тұрғындары пайдаланған. Қазақстан бойынша «Мәссаған» оқырмандарының саны елу бес мыңнан астам болған (бір ғана наурыз айында). Сондай-ақ, сайт тұтынушыларының арасында Ресей (8859), АҚШ (2042), Украина (942), Моңғолия (584), Қытай (422), өзбекстан (211), Беларусь (124), Түркия (73), Қырғызстан (58) тұрғындары бар. Бұл мақаладан біз қазақ тілді тұтынушылардың саны сапа артқан сайын көбейе түсетінін көріп отырмыз. Яғни, қазақ тілді сайттарды, әлеуметтік желілерді, ондағы контентті молайтып, сонымен қатар бұл контенттің сапасын да айқынырақ етсек қана, қазақ тілінің мәртебесін интернет тұтынушы деңгейімен бірге дамыта аламыз деген сөз.

Қазақша сайт жасаушы, блоггер Аршат Оразовтың: «Қазақ интернеті дамымай жатыр дей алмаймыз, ол өз деңгейінде. Өйткені, қазақ халқының, соның ішінде қазақтілді қазақтың саны аз. Бірден дамытып кету мүмкін емес. Халықтың саны, қолданушы саны өскен сайын, интернетіміз де өседі. Бізге қазір сан керек. Сан көбейсе, сапа да болады», – деген пікірі дәл осы айтылған ойды толығымен аңғартып тұр[6].

2014 жылдың соңғы мәліметтеріне сәйкес, Қазақстандағы интернет қолданушылар саны 13 миллионнан асып жығылады. Бұл жалпы халықтың 60 пайызынан астамы деген сөз [7]. Яғни, халқымыздың жартысынан астамға жуығы бүгінде әлеуметтік желілерге қолжетімділікке ие. Жалпы дүниежүзіндегі бастапқыда батыста пайда болған ең танымал әлеуметтік желілер: Facebook, Twitter, MySpace, YouTube, Badoo, Flickr, Last.fm, LinkedIn, XING, Bebo, Match.com, MyAnimeList, Habbo Hotel, Google+, Tagged.com, Avaaz, Friendster. Бертін келе Ресей ІТ-мамандары осыларға ұқсас «Вконтакте», «Одноклассники.ru», «Мой Мир@mail.ru», «Гайдпарк», «В кругу друзей», «Привет.ру», «Мой Круг» және т.б. Әлеуметтік желілерді іске қосқан болатын. Бүгінде ғаламтор төрінен өзінің жеке әлемін ашпаған адам әлем бойынша кемде-кем болар. Мысалы, Ресейдің «Вконтакте» желісінде 2013 жылдың өзінде барлығы 93 972 043 адам тіркелсе, оның 1 458 723-ін қазақстандықтар құраған екен. Ал Facebook әлеуметтік желісіндегі қолданушылардың жалпы саны 1 миллиардтан асқан. 2004 жылы Марк Цукерберг есімді 2-курс студенті ойлап тапқан осы әлеуметтік желіні ел жұртшылығы тек кейінгі жылдары ғана пайдалана бастады. Соған қарамастан оның елдегі тұтынушыла-

рының саны күн санап артып келе жатыр. 2011 жылдың қараша айына дейінгі көрсеткіш бойынша SocialBakers атты *facebook* әлеуметтік желісіне сараптама жасайтын ұйымның хабарлауынша (<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/kazakhstan>) Қазақстан осы әлеуметтік желісін қолданатын елдердің ішінде 100 орынға көтерілді. Соңғы мәліметтер бойынша Қазақстанда 340 660 адам фейсбук әлеуметтік желісінің қызметін қолданады. 2014 жылдың соңғы 6 айының ішінде ғана 51 480 қазақстандық фейсбук әлеуметтік желісіне қосылған. Әлеуметтік желіні Қазақстанда еркектерге (47%) қарағанда әйелдер (53%) көбірек қолданады деген қызық дерек бар. Қазіргі кезде *Facebook-ке* тіркелгенде басқа әлеуметтік желілерден достарынды шақыру қызметі қосылған. Осы қызмет *Facebook-те* қазақстандық интернет қолданушылар көбеюіне септесіп отыр. Қазақстанда 18-24 жас аралығындағы азаматтар *facebook* желісін қолданатындардың ең үлкен тобын құрайды. Қазақстан Орталық Азия елдері ішінде бірінші орынды алып отыр. Соңғы айларда *facebook-ті* қолданушылар санының Қазақстандағы көбеюін Mail.Ru акцияларының Лондон Қор биржасында сатылуымен байланыстырушылар бар. *Facebook* иелері ресейлік ақпараттық-ойын сауықтық порталдың минориталды акциясын сатып алған [8].

«Internet World Stats» зерттеу агенттігінің ұсынып отырған мәліметтеріне сүйенсек, Қазақстанда 5,6 миллион адам әлеуметтік желілерді күнделікті пайдаланады екен. Қазақстанда ең танымал әлеуметтік желілердің қатарында күніне 1 млн 125 мың рет қаралатын «Мой мир», 558 мың рет қаралатын «Одноклассники», 525 мың рет қаралатын «Вконтакте», 410 мың рет қаралатын «Facebook»-ті жатқызуға болады.

2009 жылдың 4 наурызында NUR.kz деп аталатын қазақстандық тұңғыш интернет-порталы ашылды. Мұны қазақ тілді интернеттің дамуындағы үлкен белес деп бағалауға тұрады. 2012 жылғы дерек бойынша аталған әлеуметтік желі-

де айына 2 500 000-нан астам қазақстандық отырады. Шамамен 250 000 адам күнделікті осы интернет порталында өңдеме жасайды. 2012 жылы порталға 300 000-нан астам адам тіркелген. Осы сайт Қазақстанда қазіргі кезде ең көп қолданыстағы әлеуметтік желілердің бірі болып есептеледі. Одан басқа да Birge.kz, Like.kz, on.kz, www.kazlife.com, Zhelide.kz сайттары жұмыс істеуде. Солардың ішінде Zhelide.kz сайтына келетін болсақ, Желіде.кз сайты 2011 жылдың тамыз айында ашылды, сондай аз уақыт ішінде 10000-нан аса қолданушы жинап үлгерді. Бұл КАЗНЕТ үшін өте жоғары көрсеткіш болып есептеледі. Zhelide.kz сайтының Оқиғалар, Блог, Альбом, Ұйымдар, Видео, Сауалнамалар, Аудио, Чат т.б. бөлімдері бар[8.1].

Жалпы, осы және өзге де түрлі Қазақстандағы әлеуметтік желілердің дамуына қарап, біз әлеуметтік желілерді коммуникациялық байланыстың ең негізгі әрі кең тараған түрі ретінде басты идеологиялық құрал деп қарастыра аламыз. Интернет беттерін парақтаған әрбір қазақ баласы сол желілер арқылы қазақи салт-дәстүр, қазақтың қилы тарихы немесе әдебі мен әдеті жайында пікір алмасып, түрлі жарияланымдар ұсынып отырса, тіл, ел, жер жайлы өзекті тақырыптар тұрғысында келелі ой қозғалып отырса, мұның бәрі өмірімізге еніп келе жатқан жаһандану тамырына шабылар балта болар еді. Әлеуметтік желілердегі қоғамдық сананы ұлттық мүддеге орай қалыптастыру көптеген саяси концепциялар арқылы жүзеге аса алады. Қазіргі ақпараттар заманында уақыт ағымынан қалып қоймай, туған тіліміздің көсегесін көгертуге бар күш-жігерін, білімі мен беделін аямай тер төгіп жүрген азаматтар еңбегінің жемісін көрер күндеріміз алда болар дейік. Жаһандану кезеңіндегі алпауыт елдердің бізге қажетсіз мәдениеттерінің шаңына көміліп қалудан ұрпағымызды сақтап қалу әрбір ойы жүйрік, санасы терең, ұлтын сүйе білген азаматтардың абыройлы парызы болмақ. Сол парыз үдесінен шыға білейік.

References

- 1 Leshchenko A.M. Multifunktional'nost' setevykh kommunikatsiy v sovremennom obshchestve //http:cyberleninka.ru
- 2 Bronnikov I.A. Sovremennye osobennosti rossiyskoi internet-auditoriy kak uchastnika politicheskoi kommunikatsiy, №2, 2013.
- 3 Pocheptsov G. Setevye kommunikatsiy // http://psyfactor.org
- 4 http://kk.wikipedia.org/wiki
- 5 Abdilda Zh. Qazaq internet qai bagytta «damyp» zhatyr? // 17 may, 2013/ http://kaztag.kz
- 6 А. Еркімбай. Жаңа медиа: монологтан диалогқа. Алматы, – 2012 жыл.
- 7 http://www.nur.kz
- 8 Ayazbekov D. Galamtordagy qazaq tili zhedel damuda/ http://mtdi.kz