

FTAMP 19.01.11

<https://doi.org/10.26577/HJ81320261>

К.Қ. Қабылғазина^{1*}, А.О. Еркімбек¹,
А.Т. Дуйшекеева², А.Қ. Қыдырханова¹

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

²Жүсіп Баласағұн атындағы Қырғыз ұлттық университеті, Бішкек, Қырғызстан

*e-mail: kabylgazina.klara@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН МЕДИАДИСКУРСЫНДАҒЫ МАНИПУЛЯЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯЛАР МЕН ТАКТИКАЛАР: ФОРМАЛАРЫ ЖӘНЕ АУДИТОРИЯҒА ЫҚПАЛЫ

Ақпарат ағынының жылдамдығы адам санасына ықпал етудің жасырын жолдарын көбейтті. Сол себепті медиадағы манипуляция ғылыми тұрғыдан жан-жақты зерделеуді талап етеді. Осы зерттеу аясында ескі және жаңа медиа ресурстарының ықпал ету ерекшеліктері талданды. Ғылыми зерттеудің мақсаты – ақпаратты беру формасына қарай манипуляциялық тетіктердің қалай өзгертетінін және олардың әлеуметтік көзқарасты қалай өзгертетінін түсіндіру.

Зерттеу нысаны ретінде «Egemen Qazaqstan» газетінің материалдары мен Threads әлеуметтік желісіндегі жазбалар алынды. Жұмыс манипуляция түрлерінің платформаға тәуелді авторлық типологиясын ұсынуымен маңызды. Медиаасауат деңгейін арттыруға және ақпаратты сыни қабылдау дағдыларын дамытуға бағытталуы зерттеудің практикалық маңызын айшықтайды.

Зерттеу кезінде дискурс-талдау, салыстырмалы талдау және эмпирикалық сауалнама әдістері қолданылды. Зерттеу нәтижелері дәстүрлі БАҚ-та нормативті-дискурстық және беделге сүйенген манипуляция басым екенін, ал жаңа медиада эмоциялық-моральдық және мобилизациялық ықпал ету жетекші орын алатынын көрсетті. Мақала отандық медиакеңістіктегі манипуляцияны платформаға тәуелді, көпқырлы және күрделі әлеуметтік-дискурсивтік құбылыс ретінде түсіндіруге үлес қосады. Алынған тұжырымдар журналистика, медиазерттеу және коммуникация салаларында қолдануға болады.

Түйін сөздер: манипуляция, қоғамдық сана, жаңа медиа, дәстүрлі БАҚ, медиакоммуникация.

K.K. Kabylgazina^{1*}, A.O. Erkimbek¹,
A.T. Duishekeeva², A.K. Kydyrkhanova¹

¹Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

²Kyrgyz National University named after Jusup Balasagyn, Bishkek, Kyrgyzstan

*e-mail: kabylgazina.klara@mail.ru

Strategies and tactics of manipulation in the media discourse of Kazakhstan: forms and impact on the audience

In the contemporary digital environment, the acceleration of information flows intensifies covert mechanisms of influencing public consciousness, making media manipulation a highly relevant subject of academic inquiry. This study provides a comparative analysis of methods used to manipulate public consciousness across traditional mass media and new media platforms in Kazakhstan.

The primary objective is to identify platform-specific characteristics of manipulative practices and determine their role in shaping public opinion. The scientific significance lies in developing an original typology of manipulation based on media platform differentiation, while its practical relevance relates to enhancing media literacy and fostering critical information consumption. The methodological framework integrates discourse analysis, comparative analysis, and an empirical sociological survey.

The findings demonstrate that traditional media predominantly employ normative-discursive and authority-based manipulation, whereas new media platforms rely on emotional-moral and mobilization-oriented strategies. This study conceptualizes manipulation within the national media space as a platform-dependent, multifaceted socio-discursive phenomenon, contributing to media studies, journalism practice, and media education.

Keywords: media manipulation, manipulative strategies, Kazakhstan's media discourse, traditional media, new media, public consciousness, discourse analysis.

К.К. Кабылғазина^{1*}, А.О. Еркимбек¹,
А.Т. Дуйшекеева², А.К. Кыдырханова¹

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

²Кыргызский национальный университет имени Жусупа Баласагына, Бишкек, Кыргызстан

*e-mail: kabylgazina.klara@mail.ru

Стратегии и тактики манипуляции в медиадискурсе Казахстана: формы и влияние на аудиторию

В современных условиях цифровой медиасреды ускорение информационных потоков усиливает скрытые механизмы воздействия на общественное сознание, что делает манипулирование крайне актуальным объектом научного анализа. Данное исследование посвящено сравнительному анализу методов манипулирования общественным сознанием в традиционных средствах массовой информации и на платформах новых медиа Казахстана.

Основная цель работы – выявить платформенную специфику манипулятивных практик и определить их роль в формировании общественного мнения. Научная значимость исследования заключается в разработке авторской типологии манипуляций, основанной на дифференциации медиаплатформ, а практическая ценность связана с повышением уровня медиаграмотности и развитием критического потребления информации. Методологическая база исследования включает дискурс-анализ, сравнительный анализ и эмпирический социологический опрос. Результаты показывают, что традиционные СМИ преимущественно используют нормативно-дискурсивные и авторитетные манипуляции, тогда как платформы новых медиа опираются на эмоционально-нравственные и мобилизационные стратегии. В статье манипулирование в отечественном медиaprостранстве осмысливается как платформенно-зависимый, многоаспектный социально-дискурсивный феномен, что вносит вклад в медиаисследования, журналистскую практику и медиаобразование.

Ключевые слова: медиаманипуляция, манипулятивные стратегии, медиадискурс Казахстана, традиционные СМИ, новые медиа, общественное сознание, дискурс-анализ.

Кіріспе

Цифрлық ақпараттық дәуірде БАҚ тек оқиғалар туралы хабар таратушы институт емес, қоғамдық сананы қалыптастыратын, бағыттайтын және белгілі бір интерпретациялық шеңберде ұстап тұратын маңызды әлеуметтік тәтікке айналды. Ақпарат көлемінің шамадан тыс артуы, медиаконтенттің жылдам жаңаруы және аудиторияның сыни сүзгіден өткізу мүмкіндігінің шектелуі манипуляцияны анықтай алу өзектілігін күшейтті. Осы тұрғыдан алғанда, манипуляция қазіргі медиада кездейсоқ немесе қосалқы құбылыс емес, керісінше қоғамдық коммуникацияның жүйелі элементі ретінде көрініс табады.

Дәстүрлі медиа мен жаңа медиада манипуляцияның іске асу логикасы бірдей емес. Дәстүрлі баспасөзде, әсіресе мемлекеттік газеттерде, манипуляция көбіне бағалауыш тіл, ресми дереккөздердің басымдығы, тандап алынған статистика және балама пікірлердің шектелуі арқылы жүзеге асады. Ал әлеуметтік желілерде эмоциялық қысым, моральдық сәйкестік, көпшілік эффектісі және әрекетке шақыру басым келеді.

Қазіргі медиакөңістіктің дамуы контент өндіруші мен оны қабылдаушы арасындағы бұрыннан қалыптасқан шекараларды жойып жі-

берді. Егер бұрын мазмұн сапасы мен таралуы кәсіби редакциялардың бақылауында болса, бүгінде әрбір қолданушы ақпарат ағынын қалыптастыруға өзі де қатысады. Бұл үдеріс ақпараттың сапалық стандарттарын өзгертіп қана қоймай, оның қабылдану сипатын да өзгертті. Нәтижесінде медиа арқылы ықпал ету тәсілдері тікелей үгіт-насихаттан гөрі, байқала бермейтін және көп деңгейлі құрылымға көшті.

Манипуляция феноменін, коммуникация әдістерін осы жағдайда талдау оның тек сөз қолданысына немесе лексикалық айла-тәсілдерге негізделмейтінін дәлелдейді. Мұндағы басты тетіктер – деректерді іріктеу, оларды ұсыну ретілігі және белгілі бір жайттарға көңіл аудартып, маңызды мәліметтерді назардан тыс қалдыру. Әсіресе, жылдам таралатын және қысқа форматтағы мазмұн басым ортада аудитория терең сараптама жасаудың, сыни пайымдаудың орнына, алғашқы әсер мен бейсаналы қабылдауға сүйенеді.

Осы мақалада жаңа платформа – Threads желісінде жарияланған посттар мен дәстүрлі медиа үлгісі ретінде «Egemen Qazaqstan» газетінің материалдары салыстырмалы түрде талданды. Әрқайсында қолданылған манипуляция түрлерінің ерекшеліктері мен қоғамдық санаға ықпал ету сипаты анықталды.

Зерттеу нысаны – дәстүрлі БАҚ пен жаңа медиа платформаларындағы контенттер мен жазбалар.

Зерттеу пәні – медиамәтіндер арқылы қоғамдық сананы манипуляциялау тәсілдері мен дискурсивтік механизмдер.

Зерттеу мақсаты – дәстүрлі БАҚ пен жаңа медиада қоғамдық сананы манипуляциялау механизмдерін салыстыра талдау және олардың платформаға тәуелді ерекшеліктерін анықтау.

Осы мақсатқа жету үшін мына міндеттер белгіленді:

- қоғамдық сананы манипуляциялау ұғымының теориялық негіздерін талдау;
- дәстүрлі БАҚ-та қолданылатын манипуляция тәсілдерін анықтау;
- Threads әлеуметтік желісіндегі манипуляциялық дискурсты талдау;
- манипуляция түрлерін авторлардың қолдану тәсіліне қарай жіктеу;
- медиа түріне байланысты ақпаратты қабылдау ерекшеліктерін эмпирикалық тұрғыдан дәлелдеу.

Зерттеу гипотезасы – қоғамдық сананы манипуляциялау тәсілдері медианың түріне тікелей тәуелді. Дәстүрлі БАҚ-та нормативті-дискурстық және беделге сүйенген манипуляция жетекші рөл атқарады. Ал жаңа медиада эмоциялық-моральдық және мобилизациялық ықпал ету басым.

Әдебиеттерге шолу

Манипуляция ұғымы ғылыми әдебиеттерде кеңінен талданған және әртүрлі қырынан ашылған. Психология бағытында манипуляция адресаттың санасына жасырын ықпал ету, яғни оның шешімі мен бағалауын сыртқы субъектінің мүддесіне сай өзгерту процесі ретінде түсіндіріледі. Доценко (1997) манипуляцияның негізгі белгісі ретінде ықпал етудің жасырын сипатын, сондай-ақ адресаттың бұл ықпалды «өз еркіммен қабылдадым» деген иллюзиясын талдайды. Оның еңбегінде манипуляция мәжбүрлеуден немесе ашық үгіттен ерекшеленеді: ол қарсылық тудырмай, керісінше келісім мен «табиғилық» әсерін зерттейді.

Дискурс пен коммуникацияны зерттейтіндердің пайымынша, манипуляция бар жерде ақпараттық теңсіздік пен билік ықпалы міндетті түрде болады. Мәселен, Van Dijk медиадағы манипуляцияны әлеуметтік үстемдіктің дискурсқа көшкен көлеңкесі деп қарастырады. Мұндағы «ойын ережесі» қарапайым: автор тақырыпты сүзгіден өткізіп, өзіне тиімді тұстарды

баса көрсетеді де, қолайсыз деректерді тасада қалдырады. Осындай әдіс-тәсілдер арқылы мәтін оқырманға жай ғана хабар жеткізіп қоймай, оның санасына белгілі бір көзқарасты байқатпай сіңіріп жібереді.

Медиадағы манипуляцияның бір маңызды қыры – оның көбіне бейтарап ақпарат ретінде ұсынылуы. Norman Fairclough (1995) дискурсты жай ғана мәтін емес, әлеуметтік практика деп біледі. Оның пайымынша, медиамәтіндер билікке тиімді қарым-қатынастарды біртіндеп халықтың санасына «қалыпты» нәрседей сіңіре береді, соңында бұған ешкім күмәнданбайды. Шын мәнінде, манипуляция сырттан агрессивті түрде таңылмайды; ол «объективті», «табиғи» баяндау формасына еніп, ақпаратты ақиқат сияқты көрсетеді. Дәл осы «шынайылық» кейпі оқырманның іштей қарсылық білдіру немесе сыни көзбен қарау инстинктін әлсіретеді. Ғылыми әдебиеттерде манипуляцияның түрлері бірнеше өлшем бойынша жіктеледі. Біріншіден, эмоциялық-моральдық манипуляция бар, ол кінә, ұят, қорқыныш, ұлттық сәйкестік немесе моральдық борыш сияқты сезімдерге сүйенеді. Екіншіден, когнитивтік манипуляция кең таралған. Оған деректерді іріктеп беру, асығыс жалпылау, статистиканы контекстсіз ұсыну және себеп-салдар байланысын қарабайырлау кіреді. Үшіншіден, институционал манипуляция ресми тұлғалардың беделіне, мемлекеттік институттардың символдық мәртебесіне және «даусыз ақиқат» ретінде ұсынылатын авторитет пікірлерге сүйенеді (Доценко, 1997).

Цифрлық трансформация манипуляцияның табиғатын түбегейлі өзгертті. Қазіргі әлеуметтік желілердегі ақпараттың тым қысқа әрі көбіне эмоцияға құрылып таралуы аудиторияның көзқарасын бағыттап қана қоймай, оларды нақты әрекетке жұмылдыратын «триггерге» айналып отыр. Sunstein (2017) байқағандай, виртуал кеңістікте адамдар дербес пайым жасаудан қалып, көпшіліктің реакциясына немесе дайын ақпараттық фреймдерге еріп кете береді.

Бүгінгі медиадағы манипуляцияны жеке-леген фейктердің жиынтығы емес, жүйелі деңгейдегі «бұлдіруші коммуникация» (disruptive communication) деп қараған жөн (Bennett & Livingston, 2021). Шынтуайтында, әлеуметтік желі алгоритмдері дәстүрлі редакторлық бақылауды ысырып тастап, қоғамдық сананы басқаруға барынша қолайлы экожүйе қалыптастырды. Бұл тек қоғамдағы сенімді әлсіретіп қана қоймай, стратегиялық дезинформацияның белен алуына жол ашып отыр.

Зерттеу нәтижелеріне сүйенсек, бүгінде «фейк жаңалықтар» тіркесі жай ғана термин емес, объективті ақпаратты құнсыздандыруға арналған стратегиялық құралға айналып отыр. Саяси идеология тұрғысынан, бұл ұғымның журналистер мен медианың абыройына тигізер нұқсаны «дезинформация» терминіне қарағанда әлдеқайда салмақты. Әсіресе, бұл сөз саясаткерлердің аузынан шыққанда, оның қоғамдық санаға тигізер теріс әсері арта түседі (Collier & Van Duyn, 2022).

Медиадағы дезинформацияның қалай жұмыс істейтіні көбіне ақпараттың берілу сипаты мен зерттеудің қалай құрылғанына тікелей байланысты. Осы факторлар манипуляцияның ықпалын не күшейтіп, не керісінше әлсіретіп жіберуі мүмкін (Hoes et al., 2025). Сондықтан манипуляцияны кез келген жерде бірдей нәтиже беретін универсал құрал деуге болмайды. Бұл құбылыстың басты сипаты – оның белгілі бір қоғамның саяси ахуалы мен медиа жүйесінің ерекшеліктеріне қарай құбылып, икемделіп отыруында. Дәл осы себепті, оған тосқауыл қою әдістері де бірсарынды болмауға тиіс. Ғылыми ортада бұл мәселені шешудің тиімді жолы ретінде «психологиялық иммунитетті» ерте бастан нығайтатын «пребанкинг» тәсілі жиі тілге тиек етіледі (Roopenbeek et al., 2020). Оның түпкі мәні өте қарапайым: аудиторияға манипуляцияның қалай жұмыс істейтінін алдын ала түсіндіріп, оларды ақпараттық шабуылдарға дайындау. Осындай «вакцина» алған адам кез келген күмәнді мәліметті дереу танып, оған сауатты әрі сыни тұрғыдан қарай алады.

Сонымен қатар бүгінгі таңда ақпараттық қауіпсіздікті тек бағдарламалық немесе техникалық құралдармен ғана қорғау мүмкін емес. Бұл жерде шешуші рөлді аудиторияның сыни ойлау жүйесін дамыту атқарады. Сенімді медиа ортаны қалыптастыру үшін журналистердің кәсіби этиканы қатаң сақтауы және контент ұсынатын алгоритмдердің жұмыс істеу принципін ашық көрсетуі өте маңызды (Plekhanova et al., 2023).

Кейінгі зерттеу жұмыстары көрсеткендей, жалған мәліметтерге сену немесе сенбеу көбіне адамның жеке психологиялық болмысына тікелей тәуелді (Ecker et al., 2022). Мұнда ақпаратты саралауға жауапты когнитив және сыни пайымдау қабілеті басты орында тұрады (Pennycook & Rand, 2021). Сондай-ақ көзбен көріп, құлақпен еститін манипуляциялық мазмұн аудиторияның сеніміне тезірек кіреді (Hameleers, 2022).

Мұндай ақпараттық ортада дезинформация мен насихаттың жаңа түрлері саяси тұрғыдан да

күрделене түседі. Бұл жөнінде қазіргі теориялық еңбектерде жан-жақты зерттелген (Guess & Lyons, 2021). Ал цифрлық медианың демократиялық институттарға және қоғамның тұрақтылығына ықпалы кейінгі жылдардағы іргелі шолу зерттеулерінде кеңінен талданып келеді (Lorenz-Spreen et al., 2023).

Материалдар мен зерттеу әдістері

Зерттеудің теориялық-әдіснамалық негізін бұқаралық ақпарат құралдарындағы манипуляция феноменін, медиа дискурс пен билік арасындағы өзара байланысты, сондай-ақ медиамәтіндердің қоғамдық санаға ықпал ету тетіктерін қарастырған отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері құрайды. Манипуляцияның психологиялық табиғатын ашуда Е.Л. Доценконың жасырын ықпал ету механизмдеріне қатысты тұжырымдары басшылыққа алынды. Медиадағы манипуляцияны дискурсивтік құбылыс ретінде талдауда Т. ван Дейктің билік пен дискурс байланысына арналған теориялық еңбектері қолданылды. Сонымен қатар медиамәтінді әлеуметтік практика ретінде қарастыратын Н. Фэрклоудың сыни дискурс-анализ тұжырымдамасы зерттеудің әдіснамалық негізін толықтырды. Жаңа медиадағы қоғамдық пікірдің қалыптасу ерекшеліктерін түсіндіруде К.Санстейннің цифрлық платформалардағы әлеуметтік ықпал мен көпшілік эффектісіне қатысты еңбектері ескерілді.

Зерттеудің эмпирикалық материалдары ретінде дәстүрлі және жаңа медианың екі түрлі үлгісі тандап алынды. Бірінші зерттеуіміз дәстүрлі медиадағы басылымдардың бірі ретінде «Егемен Қазақстан» газетін тандап алдық. Басылымның 2026 жылғы қаңтар мен ақпан айлары арасында жарық көрген 15 санын тақырыбымыз негізінде манипуляцияның қолданылуын әлеуметтік, саяси қазіргі экономика туралы берілген материалдары арқылы талдап, жіктеп шықтық. Жаңа медиа кеңістігі ретінде Threads әлеуметтік желісінде жарияланған, қоғамдық резонанс тудырған және жоғары белсенділікке ие жазбалар іріктеліп алынды. Threads платформасы – интерактивтілігімен, эмоциялық ықпалының жоғарылығымен және оқырманды нақты әрекетке жұмылдыру әлеуетімен ерекшеленетіндіктен, мобилизациялық және эмоциялық манипуляция формаларын зерттеуге қолайлы орта.

Зерттеуде сапалық және сандық әдістер қолданылды. Негізгі әдіс ретінде дискурс-талдау таңдалды. Медиамәтіндердің құрылымы, бағалауыш лексикасы, аргументация логикасы,

дереккөздерді іріктеу және ақпаратты ұсыну тәсілдері зерттелді. Салыстырмалы талдау жасағанда дәстүрлі басылымдар мен жаңа медиадағы манипуляция тетіктерінің өзіндік ұқсастықтары мен айтарлықтай айырмашылықтары бар екені белгілі болды. Бұл әдіс бізге манипуляцияның әр ресурсқа тән сипатын ашып қана қоймай, оның қандай дискурсивтік құралдардың көмегімен жүзеге асатынын нақтылауға жағдай жасады.

Зерттеудің эмпирикалық негізін нығайту үшін сауалнама жүргізілді. Оған қатысқан әртүрлі жастағы және әртүрлі әлеуметтік топ өкілдеріне Threads желісіндегі жазбалар мен «Egemen Qazaqstan» газетінің материалдарын салыстыра бағалау ұсынылды. Респонденттердің мәтінді қабылдау деңгейі мен сеніміне қатысты жауаптары мынаны аңғартты: оқырмандар дәстүрлі медианы әлі де «ресми әрі сенімді» ресурс деп есептейді. Ал, жаңа медиа контентін көбіне эмоцияға толы, қандай да бір әрекетке жетелейтін дүние ретінде қабылдайды. Осылайша, алынған статистикалық деректер бұған дейін жүргізілген дискурс-талдау қорытындыларын тәжірибелік тұрғыдан бекіте түсті.

Зерттеу нысанына алынған «Egemen Qazaqstan» газетінің материалдары мен Threads әлеуметтік желісіндегі жазбалар мына сілтемеде тұр: <https://docs.google.com/document/d/1FGS2O7YGfAnutTrwDc-Eq5nCQkg7pY3tSCnemSuaZc/edit?usp=sharing>.

Сонымен қатар медиаконтенттер типология бойынша жіктелді. Зерттеу кезінде манипуляция формалары медианың сипатына қарай классификацияланды. Сол арқылы дәстүрлі медиаға институционал, легитимациялық және когнитивтік манипуляция түрлері тән екені, ал жаңа медиада эмоциялық-моральдық, мобилизациялық және ұжымдық келісімге негізделген манипуляция түрлері басым екені анықталды. Мұндай классификация арқылы манипуляцияның біртекті құбылыс емес екені дәлелденді. Бұл медианың құрылымы мен коммуникациялық логикасына тәуелді көпқырлы процесс екенін көрсетуге мүмкіндік берді.

Нәтижелер мен талқылаулар

Зерттеу отандық медиакеңістікте қоғамдық сананы манипуляциялау біртекті құбылыс емес екенін, оның медианың түріне, коммуникациялық логикасына және аудиториямен өзара әрекет формасына тікелей тәуелді екенін дәлелдеді. Threads желісі мен «Egemen Qazaqstan» басылы-

мындағы контенттерді қатар қойып талдағанда манипуляция механизмдерінің бір-біріне ұқсасмайтын құрылымдық ерекшеліктері мен әсер ету тетіктері айқын байқалды.

Дәстүрлі медианың классикалық үлгісі ретінде алынған «Egemen Qazaqstan» газетіне үңілсек, мұндағы манипуляциялық элементтер негізінен институционал және когнитив деңгейде беріледі. Мемлекеттік басылымға тән ақпарат беру формасы сырт көзге нейтрал жаңалық болып көрінгенімен, оның астарындағы дискурстық құрылым қоғамдық пікірді белгілі бір арнаға бұруды көздейді.

Мәселен, білім саласына арналған материалдарда манипуляцияның өзгеше формалары байқалады. «Келешек мектептері» ұлттық жобасына қатысты мақалада ата-аналардың пікірі арқылы білім сапасының жоғары екені айтылады. Алайда бұл пікірдің нақты дереккөзі көрсетілмейді: сауалнама жүргізілгені, қатысушылар саны немесе өңірлік қамту белгісіз. Жекелеген әрі нақтыланбаған пікір жалпы қоғамдық көзқарас ретінде ұсынылып, жобаның проблемалық тұстары немесе сын пікірлер назардан тыс қалады. Нәтижесінде оқырман санасында білім саласындағы жағдай толықтай оң деген жалпылама түсінік қалыптасады.

Өңірлердегі білім нысандарының жаңартылуына арналған материалда «41 мектептің жаңаруы» білім саласына салынған инвестицияның айғағы ретінде көрсетіледі. Бұл жерде сандық көрсеткіш жетістік символына айналып, жаңартылмаған мектептердің саны, жөндеу сапасы немесе аймақтық теңсіздік мәселелері ескерілмейді. Ақпарат проблеманы кешенді түсіндіруге емес, оң әсер қалдыруға бағытталған.

Түркістан облысындағы мақта-тоқыма кластеріне арналған материалда болашаққа бағытталған жоспарлар қазіргі жетістік ретінде беріледі. Жобаның «табысты жүзеге асырыла бастағаны» туралы тұжырым нақты экономикалық көрсеткіштермен дәлелденбейді. Ықтимал тәуекелдер, экологиялық немесе әлеуметтік салдарлар мүлде айтылмайды. Осылайша әлі аяқталмаған процесс қоғамдық санада аяқталған жетістік ретінде қабылданады.

Конституциялық реформалар туралы материалда «шетел сарапшыларының жоғары баға бергені» айтылғанымен, сарапшылардың кім екені, қай елден екені немесе қандай критерий бойынша бағалағаны көрсетілмейді. Анонимді сыртқы қолдау реформалардың мазмұнын талдаудан гөрі, олардың заңдылығын символдық

түрде бекітуге қызмет етеді. Теріс немесе балама пікірлердің болмауы оқырманға реформалар халықаралық деңгейде толық қолдау тапқандай әсер қалдырады.

Сот жүйесіне деген сенім деңгейі туралы материалда да манипуляцияның дербес формасы байқалады. «63,2 пайызға дейін өсті» деген статистикалық көрсеткіш зерттеу әдістемесінсіз ұсынылады. Сауалнамаға қанша адам қатысқаны, сұрақ қалай қойылғаны немесе сенім білдірмеген азаматтардың уәждері көрсетілмейді. Статистика қоғамдық пікірдің күрделілігін ашпай, институционал оптимизмді бекіту құралына айналады.

Осы материалдардың барлығын біріктіре қарастырғанда, «Egemen Qazaqstan» газетінде манипуляцияның бір ғана емес, бірнеше формасы қатар қолданылатыны байқалады. Бағалауыш тіл арқылы саяси әрекеттер алдын ала оң интерпретациямен беріледі, дереккөздерді шектеу арқылы мемлекеттік институттардың беделі күшейтіледі, ал статистика мен жекелеген пікірлер контекстен ажыратылып, қоғамдық келісім иллюзиясын қалыптастырады. Бұл тәсілдер оқырман санасында мемлекеттік саясат пен институттарды табиғи, даусыз және сыннан тыс құбылыс ретінде қабылдатуға ықпал етіп, сыни ойлау мүмкіндігін жүйелі түрде әлсіретеді.

1-кесте

«Egemen Qazaqstan» газетінде анықталған манипуляция түрлері

Манипуляция түрі	Күні	Газет саны	Беті	Мәтін үзіндісі	Манипуляциялық механизм
Бағалауыш тіл	05.02.26	№25 (31256) –	1	«...мазмұнды әрі нәтижелі келіссөздер өткізді»	Позитивті фрейминг, дәлелсіз баға
Бағалауыш тіл	06.02.26	№26 (31257)	6	«...жоба табысты жүзеге асырыла бастады»	Болашақ жоспарды жетістік ретінде көрсету
Бағалауыш тіл	15.01.26	№9 (31240)	5	«...аудан экономикасына тың серпін беріп отыр»	Бағалауыш метафора
Авторитетке сүйену	29.01.26	№20 (31251)	1	«...маңызды рөл атқаратын дербес құрылымға айналды»	Лауазымды тұлға пікірін абсолюттендіру
Авторитетке сүйену	15.01.26	№9 (31240)	5	«Аудан әкімі ... тоқырау жоқ екенін айтады»	Балама көзқарасты шектеу
Дерексіз жалпылау	03.02.26	№23 (31254)	9	«Ата-аналардың айтуынша...»	Қоғамдық келісім иллюзиясы
Статистикалық манипуляция	28.01.26	№19 (31250)	8	«41 мектептің жаңаруы...»	Контекстсіз позитивті статистика
Статистикалық манипуляция	30.01.26	№21 (31252)	1	«Сенім деңгейі 63,2%-ға өсті»	Әдістемесіз сан
Легитимациялық манипуляция	04.02.26	№24 (31255)	1	«Шетел сарапшылары жоғары баға берді»	Сыртқы қолдау арқылы заңдастыру

Ескертпе: авторлар құрастырған

2-кесте

Манипуляция түрлерінің жиілік таралуы

Манипуляция түрі	Кездесу жиілігі	15 сандағы үлесі
Бағалауыш тіл	5	33%
Авторитетке сүйену	4	27%
Статистикалық манипуляция	4	27%
Дерексіз жалпылау	3	20%
Легитимациялық манипуляция	2	13%

Ескертпе: авторлар құрастырған

Ал Threads әлеуметтік желісі – Meta корпорациясына тиесілі, мәтіндік форматқа негізделген жаңа медиа платформалардың бірі. Бүгінде Threads қысқа мәтіндер арқылы қоғамдық мәселелерді ашық талқылайтын барлық платформаны біріктіретін алаңға айналды. Платформаның басты артықшылығы – оқырмандардың пікірі, олардың өзіндік көзқарасы кең таралып, пікірлер арқылы қоғамдық дискурстың жедел қалыптасуы.

Threads платформасын ғылыми зерттеуде басты назарға алудағы себеп – қосымша өз жұмысын бастаған күннен пайдаланушылар саны он миллионнан асқан. Ал алғашқы орындарды TikTok, YouTube, Instagram сынды әлеуметтік желілер алатын елімізде Threads қоғамдық, әлеуметтік-саяси, мәдени мәселелерді ашық талқылайтын алаңға айналып келеді. Қолданушылар санының күн санап артуы мен халықтың тұлға ретіндегі пікірін ашық, еркін білдіре алуы осы уақытқа дейін тек санаулы ортада ғана қолданысқа ие Facebook, Twitter қосымшаларын біріктірген, заманауи өзгерістер енгізілген жаңа деңгейдегі платформа екені байқалады.

Threads-тағы коммуникациялық дискурстың дәстүрлі БАҚ-тан басты айырмашылығы, қоғам өзіндік ойын, пікірін арнайы үлгіге салмай басынан өткізген тәжірибиесі мен сезімдері арқылы қалаған тілінде жеткізе алады. Сондықтан пікірлер ресми стильге қарағанда еркін, адамның субъективті пікірі эмоциямен қатар келіп әңгіме форматында өрбиді. Күнделікті өмірде манипуляция дискурстың бір бөлшегіне айналса, Threads-та да дәл солай жасырын жасалған манипуляциялық ықпал ету тетіктері жиі байқалады.

Ғылыми зерттеу жүргізу барысында Threads қосымшасында қоғамдық резонанс тудырған, оқырман тарапынан жиі талқыға түсетін бес басты тақырып анықталды. Алғашқы тақырып ретінде мемлекеттік тіл мәселесі алынды. Тіл мәртебесі тақырыбындағы жазбаларда қазақ тілінің қоғамдағы орны, тіл алдындағы әр тұлғаның азаматтық жауапкершілігі талданып, нақты әрекетке шақыру стиліндегі манипуляциялық тетіктер ашық жеткізіледі. Келесі тақырып – ата-ананың бала тәрбиесіне қатысты ойлары нысан ретінде таңдалды. Ата-ананың бала алдындағы моральдық, тәрбиелік міндеті, мінез-құлқының қалыптасуындағы жауапкершілік алуы, ата-ана мен бала арасындағы қарым-қатынас мәселелері Threads-та ашық талданып жатыр. Қазіргі ата-ана мен бүрынғы әке-шеше моделі арасындағы

өзгерістерді салыстыра көрсету мақсат болды. Содан кейінгі тақырып ретінде білім беру жүйесіндегі мұғалімнің кәсіби рөлі, тәртіп мәселелері алынды. Тақырыпты ашу барысында білім беру саласындағы нормалар, кәсіби міндеттер мен қоғамдық талаптар дискурс арқылы ұсынылды. Ең соңғы тақырып негізінде білім беру жүйесіндегі заманауи жаңа технологияларды дұрыс қолдану мен жасанды интеллект басты фокусқа алынды. Жасанды интеллекті негізгі тақырып ретінде алудағы басты себеп – мектепте, колледжде, университетте білім алып жатқан шәкірттердің академиялық адалдығы, үй тапсырмаларын, емтихандарды жасанды зияттың көмегімен тапсыра алуын қадағалау болды. Себебі жасанды интеллекті қолдану заман талабы болғанымен дұрыс қолдану ережелерін мемлекеттік деңгейде бекіте алу – басты талап.

Қоғамдағы өзекті 5 тақырыпты тандаудаудың басты себеп:

Threads әлеуметтік желісіндегі манипуляциялық ықпал ету тетіктерін арнайы дискурстық деңгейде талдау. Келесі бөлімдерде аталған 5 тақырып бойынша нақты мәтіндік кейстерді ғылыми зерттеу негізінде талдап, қоғамдық санын манипуляциялау тәсілдерін эмпирикалық тұрғыда зерттелді.

Threads әлеуметтік желісіндегі мемлекеттік тіл тақырыбын мобилизация арқылы манипуляциялау кейсі Threads әлеуметтік желісінде jamguzhan аккаунты арқылы жарияланған жазбада автор Қазақстан Республикасының Конституциясына өзгеріс енгізу жөнінде ұсыныс жасап, оқырмандарды осы бастаманы eGov платформасы арқылы қолдауға шақырады. Жазбада автор төмендегідей мәтінді ұсынады: «Конституцияға мынадай өзгеріс ұсынамын: 7-бап... Негіздеме: Қазақ ұлты – мемлекетті құраушы ұлт. Қазақ тілі – ұлттың ажырамас сипаты...». Берілген Threads мәтінінде манипуляция қоғамдық пікірді қалыптастырумен шектелмей, оны институционалдық әрекетке бағыттайтын мобилизациялық дискурс ретінде құрылады. Мұнда ықпал етудің негізгі объектісі – оқырманның ақпаратқа көзқарасы ғана емес, оның әрекет етуге дайындық деңгейі. Әлеуметтік желі табиғатына сай мәтін қысқа, ұрандық құрылымға жақын, ал мазмұны құндылықтық-ұлттық ұстанымға тіреледі. Осы ерекшелік манипуляция механизмдерінің бірнеше қабатта қатар жұмыс істеуіне жағдай жасайды.

Бірінші манипуляциялық тәсіл – нормативті фрейминг және «дұрыс азамат» моделін құрастыру. Мәтінде мемлекеттік тілдің мәртебесін

күшейту идеясы азаматтық жауапкершілікпен және ұлттық борышпен тікелей байланысады. Бұл жерде «норма» ретінде ұсынылған ұстаным қалыптасады: мемлекеттік ұйымдардың қазақ тілінде қызмет көрсетуі «табиғи» және «міндетті» жағдай ретінде көрсетіледі. Нормативті фреймингтің әсер ету логикасы мынадай: оқырман ұсынысты қолдауды «әдеттегі таңдау» немесе «жеке пікір» ретінде емес, әлеуметтік тұрғыда дұрыс, моральдық тұрғыда міндетті әрекет ретінде қабылдауға бейімделеді. Нәтижесінде келіспеу позициясы бейтарап көзқарас емес, әлеуметтік нормадан ауытқу ретінде сезілуі мүмкін. Бұл әлеуметтік психологиядағы normative social influence механизміне сай келеді: адам топтық нормаға сәйкес келуге ұмтылады, себебі әлеуметтік қабылданбаудан немесе «азаматтық бейнесіне» нұқсан келтіруден қашады.

Екінші тәсіл – моральдық апелляция және әлеуметтік сәйкестік арқылы ықпал ету. «Қазақ ұлты – мемлекетті құраушы ұлт», «қазақ тілі – ұлттың ажырамас сипаты» сияқты тұжырымдар тіл мәселесін құқықтық техникалық сұрақ ретінде емес, ұлттық болмыс пен ұжымдық идентификацияның символы ретінде береді. Мұнда моральдық қысым тікелей бұйрық түрінде емес, «кім екенінді дәлелде» деген астарлы талап арқылы іске асады. Мұндай дискурста ұсынысты қолдау ұлттық бірегейлікті қолдаумен теңестіріледі, ал қарсы позиция немесе селкостық «ұлттық құндылыққа қарсы шығу» ретінде интерпретациялануы ықтимал. Бұл тәсіл қоғамдық санада «құндылықтық шекара» құрып, пікір алмасу кеңістігін тарылтады, өйткені талқылау рационалды дәлелдерден гөрі моральдық сәйкестік өлшеміне тәуелді болып қалады.

Үшінші тәсіл – әрекетке бағытталған фрейминг және таңдау кеңістігін қысқарту. Мәтін дайын конституциялық бап формасында беріледі: бұл ұсыныстың «әзір, толық, ресми» екенін көрсетеді. Дайын құқықтық мәтін оқырманға ұсынысты қабылдауды жеңілдетеді және ең бастысы, альтернативалар туралы ойлануды қысқартады. Мұны мінез-құлық экономикасындағы choice architecture логикасымен түсіндіруге болады: дайын шешім ұсынылғанда адам оны «ең тиімді жол» ретінде қабылдауға бейім келеді. Мұндай құрылым манипуляцияның «жұмсақ» формасын жасайды: оқырман ерікті түрде таңдап отырғандай көрінеді, бірақ таңдаудың шеңбері алдын ала автор ұсынған форматпен шектеледі.

Төртінші тәсіл – көпшілік эффектісі және ұжымдық қолдау иллюзиясы. Threads платфор-

масында реакциялар (пікір, бөлісу, қолдау) мәтіннің бөлігіне айналады: оқырман ұсыныстың өзіне емес, оған берілген әлеуметтік сигналдарға да сүйенеді. Автор пікірлерде көптеген пайдаланушы бұл бастаманы қолдағанын немесе жолдағанын көрсету арқылы «ұжымдық келісім» әсерін күшейтеді. Bandwagon effect жағдайында адам «көпшілік қолдап жатыр» деген әсерден кейін ұсынысты логикалық тексермей-ақ қолдауға бейім болады, себебі көпшіліктің таңдауы «дұрыс бағыт» сияқты көрінеді. Бұл әсіресе ұлттық-символдық тақырыптарда күштірек жұмыс істейді, өйткені мұндай тақырыптарда әлеуметтік қысым мен ұжымдық эмоция қатар жүреді.

Threads әлеуметтік желісіндегі мемлекеттік тіл тақырыбын мобилизация арқылы манипуляциялау кейсі Threads әлеуметтік желісінде jamguzhan akkaunty арқылы жарияланған жазбада автор Қазақстан Республикасының Конституциясына өзгеріс енгізу жөнінде ұсыныс жасап, оқырмандарды осы бастаманы eGov платформасы арқылы қолдауға шақырады. Жазбада автор төмендегідей мәтінді ұсынады: «Конституцияға мынадай өзгеріс ұсынамын: 7-бап... Негіздеме: Қазақ ұлты – мемлекетті құраушы ұлт. Қазақ тілі – ұлттың ажырамас сипаты...». Берілген Threads мәтінінде манипуляция қоғамдық пікірді қалыптастырумен шектелмей, оны институционалдық әрекетке бағыттайтын мобилизациялық дискурс ретінде құрылады. Мұнда ықпал етудің негізгі объектісі – оқырманның ақпаратқа көзқарасы ғана емес, оның әрекет етуге дайындық деңгейі. Әлеуметтік желі табиғатына сай мәтін қысқа, ұрандық құрылымға жақын, ал мазмұны құндылықтық-ұлттық ұстанымға тіреледі. Осы ерекшелік манипуляция механизмдерінің бірнеше қабатта қатар жұмыс істеуіне жағдай жасайды.

Бірінші манипуляциялық тәсіл – нормативті фрейминг және «дұрыс азамат» моделін құрасыру. Мәтінде мемлекеттік тілдің мәртебесін күшейту идеясы азаматтық жауапкершілікпен және ұлттық борышпен тікелей байланысады. Бұл жерде «норма» ретінде ұсынылған ұстаным қалыптасады: мемлекеттік ұйымдардың қазақ тілінде қызмет көрсетуі «табиғи» және «міндетті» жағдай ретінде көрсетіледі. Нормативті фреймингтің әсер ету логикасы мынадай: оқырман ұсынысты қолдауды «әдеттегі таңдау» немесе «жеке пікір» ретінде емес, әлеуметтік тұрғыда дұрыс, моральдық тұрғыда міндетті әрекет ретінде қабылдауға бейімделеді. Нәтижесінде келіспеу позициясы бейтарап көзқарас емес, әлеуметтік нормадан ауытқу ретінде сезілуі мүмкін.

Бұл әлеуметтік психологиядағы normative social influence механизміне сай келеді: адам топтық нормаға сәйкес келуге ұмтылады, себебі әлеуметтік қабылданбаудан немесе «азаматтық бейнесіне» нұқсан келтіруден қашады.

Екінші тәсіл – моральдық апелляция және әлеуметтік сәйкестік арқылы ықпал ету. «Қазақ ұлты – мемлекетті құраушы ұлт», «қазақ тілі – ұлттың ажырамас сипаты» сияқты тұжырымдар тіл мәселесін құқықтық техникалық сұрақ ретінде емес, ұлттық болмыс пен ұжымдық идентификацияның символы ретінде береді. Мұнда моральдық қысым тікелей бұйрық түрінде емес, «кім екенінді дәлелде» деген астарлы талап арқылы іске асады. Мұндай дискурста ұсынысты қолдау ұлттық бірегейлікті қолдаумен теңестіріледі, ал қарсы позиция немесе селқостық «ұлттық құндылыққа қарсы шығу» ретінде интерпретациялануы ықтимал. Бұл тәсіл қоғамдық санада «құндылықтық шекара» құрып, пікір алмасу кеңістігін тарылтады, өйткені талқылау рационалды дәлелдерден гөрі моральдық сәйкестік өлшеміне тәуелді болып қалады.

Үшінші тәсіл – әрекетке бағытталған фрейминг және таңдау кеңістігін қысқарту. Мәтін дайын конституциялық бап формасында беріледі: бұл ұсыныстың «әзір, толық, ресми» екенін көрсетеді. Дайын құқықтық мәтін оқырманға ұсынысты қабылдауды жеңілдетеді және ең бастысы, альтернативалар туралы ойлануды қысқартады. Мұны мінез-құлық экономикасындағы choice architecture логикасымен түсіндіруге болады: дайын шешім ұсынылғанда адам оны «ең тиімді жол» ретінде қабылдауға бейім келеді. Мұндай құрылым манипуляцияның «жұмсақ» формасын жасайды: оқырман ерікті түрде таңдап отырғандай көрінеді, бірақ таңдаудың шеңбері алдын ала автор ұсынған форматпен шектеледі.

Төртінші тәсіл – көпшілік эффектісі және ұжымдық қолдау иллюзиясы. Threads платформасында реакциялар (пікір, бөлісу, қолдау) мәтіннің бөлігіне айналады: оқырман ұсыныстың өзіне емес, оған берілген әлеуметтік сигналдарға да сүйенеді. Автор пікірлерде көптеген пайдаланушы бұл бастаманы қолдағанын немесе жолдағанын көрсету арқылы «ұжымдық келісім» әсерін күшейтеді. Bandwagon effect жағдайында адам «көпшілік қолдап жатыр» деген әсерден кейін ұсынысты логикалық тексермей-ақ қолдауға бейім болады, себебі көпшіліктің таңдауы «дұрыс бағыт» сияқты көрінеді. Бұл әсіресе ұлттық-символдық тақырыптарда күштірек жұмыс

істейді, өйткені мұндай тақырыптарда әлеуметтік қысым мен ұжымдық эмоция қатар жүреді.

Бесінші тәсіл – рационал аргументацияның имитациясы (легитимация) және ықпал етудің аралас моделі дұрыс екені туралы тұтас сенім қалыптастырады.

Осылайша, jamguzhan мәтінінде қоғамдық сананы манипуляциялау көпқабатты құрылым арқылы жүзеге асады: ұлттық сәйкестікке сүйенген моральдық апелляция оқырманды құндылықтық тұрғыда бекітсе, нормативті фрейминг оны әлеуметтік тұрғыда міндетті әрекетке айналдырады, ал әрекетке бағытталған фрейминг пен көпшілік эффектісі ұсынысты жедел қолдауға итермелейді. Бұл кейс Threads әлеуметтік желісіндегі мобилизациялық манипуляцияның институционалдық әрекетке дейін жеткізе алатын мүмкіндігін эмпирикалық түрде көрсетеді.

Threads әлеуметтік желісіндегі ата-аналық жауапкершілікті моральдық қысым арқылы күшейту кейсі. Threads әлеуметтік желісінде assel.gmnv аккаунты арқылы жарияланған жазбада автор ата-аналар жиналысындағы тәжірибесін баяндап, бала тәрбиесіндегі ата-ананың рөлі мен жауапкершілігі туралы ой қозғайды. Жазба былай делінеді: «...Егер балаңызда бір мәселе туындаса... онда өзіңізге сұрақ қойыңыз. Қай жерде, нені сіз жіберіп алдыңыз...».

Бұл мәтіндегі манипуляция эмоциялық-моральдық ықпал етуге негізделген және негізгі әсер ету механизмі – кінә сезімі арқылы қоғамдық норманы күшейту. Мұнда қоғамдық санаға әсер ету «ата-ана қандай болуы тиіс?» деген моральдық стандарт орнату арқылы жүреді. Әлеуметтік желідегі мұндай дискурстың тиімділігі оның адамның ең сезімтал әлеуметтік рөліне тікелей әсер етуімен түсіндіріледі.

Бірінші тәсіл – кінә арқылы ықпал ету және ішкі моральдық бақылауды күшейту. «Өзіңізге сұрақ қойыңыз», «қай жерде жіберіп алдыңыз» деген құрылымдар сырттай рефлексияға шақыру сияқты көрінгенімен, олардың прагматикалық функциясы – жауапкершілікті жеке адамның моральдық кемшілігі ретінде сезіндіру. Кінә механизмі іске қосылғанда адам ақпаратты сын тұрғысынан бағалаудан гөрі өзін ақтауға немесе «қателігін түзеуге» бағытталады. Яғни мәтін оқырманды пікір қалыптастырудан бұрын өзін-өзі бағалау режиміне енгізеді, ал бұл режимде манипуляцияға төзімділік төмендейді.

Екінші тәсіл – қарапайым себептендіру және жауапкершілікті абсолюттендіру. Мәтінде баладағы мәселенің пайда болу себептері көпфактор-

лы құбылыс ретінде емес, үйдегі атмосферамен және ата-ананың әрекетімен тікелей байланыстырылып беріледі. Бұл когнитивтік тұрғыдан түсінікті, себебі адам күрделіні жеңіл түсіндіруді қалайды, алайда дәл осы қарапайым түсіндіру ата-ананы «жалғыз себепкер» ретінде бекітіп, моральдық қысымды күшейтеді.

Үшінші тәсіл – асығыс жалпылау арқылы «қалыпты көпшілік» бейнесін қалыптастыру. «Көп аналардың уақыты...» сияқты тұжырымдар нақты дерексіз айтылғанмен, қоғамдық стереотип құрады: демек мәселе жеке адамда ғана емес, «көпшілікте» бар. Бұл жерде екі түрлі әсер жүреді: біріншісі – оқырман өзіне де осы бағалауды қатыстырып, кінә сезімін күшейтеді; екіншісі – ата-аналар тобына қатысты жалпы қоғамдық көзқарас қатайды, яғни қоғамдық санада «заманауи ата-ана жеткіліксіз» деген моральдық үкім қалыптасуы мүмкін.

Төртінші тәсіл – метафоралық фрейминг. «Біздің – айна» метафорасы ата-ана мен бала арасындағы қатынасты толық детерминацияланған модель ретінде елестетеді. Метафора дәлел емес, бірақ ол қабылдауды басқарудың қуатты құралы: күрделі әлеуметтік қатынасты бір образға сыйдырып, оқырман санасында тұрақты схема қалыптастырады. Нәтижесінде кез келген балалық мінез ерекшелігі «ата-ананың айнадағы көрінісі» ретінде қабылдануға бейімделеді.

Бесінші тәсіл – беделге сүйену. Мұғалім пікірі кәсіби ақиқат ретінде ұсынылады және оны күмәндануға шақыратын балама позиция берілмейді. Бұл жерде институционал бедел (мұғалім) ата-ананың өзін қорғау мүмкіндігін әлсіретіп, «дұрыс/бұрыс» бағасын сыртқы авторитет арқылы бекітеді.

Алтыншы тәсіл – мазасыздық фреймингі. Соңғы риторикалық сұрақ («...қалай жұмыс істесек болады?») мәселені шешуге емес, күрделілік пен шұғылдық сезімін арттыруға қызмет етеді. Мазасыздық күшейген сайын адам ұсынылған моральдық норманы қабылдауға және «өзін түзетуге» бейім болады. Осылайша, мәтін ата-аналық жауапкершілік туралы қоғамдық санада моральдық қысымды күшейтіп, кінә сезімін негізгі реттеуші факторға айналдырады.

zhansayamuratbek akkaunty арқылы жарияланған жазбада автор қазіргі ата-аналар мен бұрынғы ата-аналар моделін салыстырады: «...Не деген толерантты отбасылар... біздің ата-аналар “аяғыңды сындырамын” дейтін еді».

Бұл мәтіндегі манипуляцияның өзегі – бағалау арқылы қоғамдық норманы қайта фреймдеу.

Бірінші механизм – ұрпақаралық дихотомия: әлеуметтік өзгерістердің күрделі себептері берілмей, «бұрын/қазір» бинарлық қарсы қою арқылы түсіндіріледі. Екінші механизм – ирониялық фрейминг: позитивті ұғым (толеранттылық) иронияға айналып, оқырманды автордың жасырын бағалау позициясын бөлісуге итермелейді. Үшінші механизм – гиперболалық эмоция: «аяғыңды сындырамын» сияқты сөз тіркесі факт емес, эмоциялық әсер. Ол өткенді «катал» символға айналдырып, қазіргі модельді «өздігінен дұрыс» сияқты көрсетеді. Бұл тәсіл оқырманның сыни ойлауын емес, эмоциялық келісімін тез қалыптастырады.

makpal_books жазбасында қазақ және орыс мектептері тәртіп тұрғысынан салыстырылады, қазақ мектептері Жапония мектептерімен ассоциацияланады.

Мұнда манипуляция үш негізгі тетік арқылы жүреді. Біріншісі – асығыс жалпылау: бір әріптестің пікірі мен жеке бақылау жалпы жүйелік қорытындыға айналады. Екіншісі – in-group/out-group фреймингі: «біздікі жақсы – өзгенікі нашар» моделі арқылы әлеуметтік поляризация құрылады. Үшіншісі – идеализация: Жапония образы тәртіп пен жетістік символы ретінде қолданылып, қазақ мектебіне автоматты түрде оң баға жүктейді. Осы комбинация қоғамдық санада мәдени иерархияны бекітіп, күрделі білім мәселесін ұлттық символдық бағалауға айналдырады.

aimagambetov жазбасында мұғалім «мобилограф, блогер... болмауы керек» делінеді. Бұл жерде манипуляцияның негізгі механизмі – нормалау және жалған дилемма. Біріншіден, күрделі еңбек құрылымы «тек оқыту» деген бір функцияға қысқартылып, қалғанының бәрі «артық» ретінде бағаланады. Екіншіден, екі ғана таңдау сияқты әсер беріледі: не мұғалім «нағыз мұғалім», не ол «кез келгеннің жұмысын істейтін адам». Үшіншіден, «болмауы керек» деген модель құрылым арқылы нормативті қысым жасалады: қарсы пікір «әділетсіздікті қолдау» сияқты қабылдануы мүмкін. Төртіншіден, бедел факторы (танымал тұлға) пікірді жеке көзқарас емес, қоғамдық нормаға айналдыруға көмектеседі.

aimagambetov ЖИ туралы жазбасында «ЖИ-дан бос аймақтар болуы тиіс» деп ұсынады. Бұл мәтінде манипуляция «қауіп – жауапкершілік – норма» тізбегімен құрылады. Біріншіден, «бос аймақ» ұғымы қауіп семантикасын енгізеді, яғни ЖИ әлеуеті талданбай тұрып, ол қауіппен байланысады. Екіншіден, ойлау мен ЖИ қолда-

ну қарсы қойылады, аралық күрделі модельдер ашылмайды. Үшіншіден, дәстүрге сүйену бар: каллиграфия, диктант сияқты әдістер «ескі емес, керісінше маңызы артты» деп қайта легитимделеді. Соңғы «Қалай ойлайсыз?» сұрағы формалды диалогқа шақырғандай болғанымен, алдыңғы құрылым оқырманды алдын ала белгілі бір қорытындыға бағыттап қояды.

Жоғарыдағы эмпирикалық деректер Threads әлеуметтік желісіндегі манипуляциялық мәтіндерді ықпал ету формасына қарай үш типке жіктеуге мүмкіндік береді.

Эмоциялық-моральдық тип. Бұл типте қоғамдық пікір кінә, ұят, моральдық бағалау, ирония, гипербола сияқты эмоциялық құралдар арқылы қалыптасады. Осы типке assel.rmnv атааналық жауапкершілік және zhansayamuratbek ұрпақаралық салыстыру кейстері жатады.

Мобилизациялық тип. Бұл типте мәтін оқырманды нақты әрекетке бағыттайды, ұжымдық қолдау әсері мен азаматтық борышқа сүйенеді, әрекет алгоритмі ұсынылады. Осы типке jamguzhan-ның конституциялық бастамасы жатады.

Нормативті-дискурстық тип. Бұл типте «дұрыс/қате» нормасы қысқа императивтер, кәсіби стандарт, бедел және институционал логика арқылы беріледі. Осы типке aimagambetov мұғалім рөлі туралы жазбасы жатады. Сонымен қатар ЖИ туралы мәтін аралас типке жатады: онда қауіп арқылы эмоциялық ықпал да, нормалау да бар, бірақ негізгі өзегі «жауапкершілік нормасын» бекіту болғандықтан, нормативті-дискурстық типке жақын.

Аралас тип және өтпелі кейстер. makpal_books жазбасында стереотиптеу мен идеализация эмоциялық бағалауды күшейтсе де, мәтін «тәртіп дұрыс» деген норманы да бекітеді. Сондықтан бұл кейсті эмоциялық-моральдық және нормативті бағалау тоғысындағы аралас тип ретінде сипаттауға болады.

Сөйтіп, Threads платформасындағы манипуляциялық ықпал ету формаларының басымдығы (эмоциялық-моральдық және мобилизациялық) эмпирикалық материал арқылы негізделеді, ал ұсынылған типология зерттеудің авторлық ғылыми жаңалығы ретінде нақты кейстермен дәлелденеді.

3-кесте

Газет пен Threads платформасындағы манипуляция ерекшеліктері

Параметр	Egemen Qazaqstan (газет)	Threads
Манипуляция формасы	Институционал, жасырын	Ашық, эмоциялық
Негізгі құрал	Бағалауыш тіл, статистика	Мораль, мобилизация
Авторитет	Мемлекеттік институт	Танымал тұлға, қауым
Әсер ету мақсаты	Қабылдауды қалыптастыру	Әрекетке итермелеу
Оқырман рөлі	Пассив қабылдаушы	Белсенді қатысушы

Ескертпе: авторлар құрастырған

3-кесте дәстүрлі медиа мен жаңа арасындағы манипуляциялық ықпал ету айырмашылықтарын жүйелі түрде көрсетеді. Газеттегі манипуляция көбіне институционал сипатта болып, жасырын, бағалауыш тіл мен ресми статистика арқылы іске асады және оқырманнан пассив қабылдауды талап етеді. Ал Threads платформасында манипуляция ашық әрі эмоциялық формада көрініс тауып, моральдық қысым мен мобилизацияға негізделеді. Газет мәтіндерінің негізгі мақсаты – қоғамдық келісімді және мемлекеттік ұстанымды қалыптастыру болса, Threads жазбалары оқырманды нақты әрекетке,

пікір білдіруге немесе қолдауға итермелейді. Сонымен қатар аудитория рөлі де өзгеше: дәстүрлі медиада оқырман бақылаушы күйінде қалса, жаңа медиада ол белсенді қатысушыға айналады. Осылайша кесте екі медианың қоғамдық санаға ықпал ету логикасының түбегейлі айырмашылығын айқындайды.

Дәстүрлі БАҚ пен жаңа медиа арасындағы манипуляцияның айырмашылығы мен қабылдау ерекшеліктерін анықтау мақсатында арнайы сауалнама жүргізілді. Сауалнама 2026 жылдың қаңтар-ақпан айларында Google Forms платформасы арқылы онлайн форматта ұйымдастырыл-

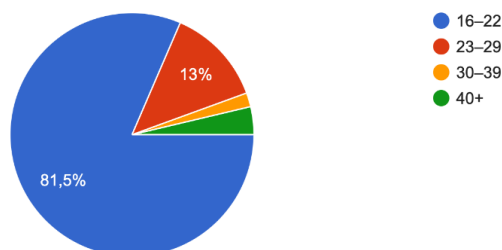
ды. Зерттеуге 54 респондент қатысты. Қатысушылардың жас ерекшеліктері 16 мен 40 жас аралығын қамтиды. Олардың қатарында студенттер, магистранттар, және түрлі әлеуметтік топ өкілдері бар. Респонденттердің басым бөлігін Алматы, Астана, Шымкент қалаларының тұрғындары құрады. Сауалнамада екі медиа арасындағы айырмашылық пен ұқсастықты анықтау үшін ашық 8 сауал қойылды. Сауалнама қорытындысы пайыздық үлеспен беріліп, арнайы

диаграмма үлгісінде ұсынылды. Бұл әдістің таңдалуының басты мақсаты – оқырман пікірімен осы зерттеудегі тұжырымдарды дәлелдеу. «Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» тақырыбындағы сауалнама екі медиадағы манипуляцияның айырмашылығын, қоғамға әсерін дәлелдеуде жаңа медианың манипуляцияға бейім екенін, көпшілікке жасалған жасырын ықпалдың өзі қоғамның әрекет етуіне себеп болғанын көрсетті.

1-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы 1-сауал

Жасыңыз:
54 ответа



Ескертпе: авторлар құрастырған

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» тақырыбында алынған арнайы сауалнамаға 16 жас пен 40 жастан асқан азаматтар қатысты. Сауалнамаға қатысқандардың 81,5 пайызы – 18 бен 22 жас арасындағы жастар. Қоғамдық зерттеу жұмыстарынан бастап, ақпаратты әлеуметтік желі арқылы тұтынатын ең белсенді топ жастардан құралады.

Сауалнамаға қатысушылардың едәуір бөлігі жоғары білімді немесе магистр дәрежесіне ие респонденттер екенін көрсетеді. Бұл аудиторияның ақпаратты қабылдау барысында формалды білімге, логикалық құрылымға және дереккөздің беделіне мән беретінін білдіреді. Сонымен қатар колледж және орта білімді қатысушылардың да болуы нәтижелердің тек академиялық ортаға ғана тән емес екенін көрсетеді. Осылайша

сауалнама деректері әртүрлі когнитивтік деңгейдегі аудиторияның медиамәтінге реакциясын қамтиды.

Респонденттердің жартысынан астамы қоғамдық маңызы бар ақпаратты әлеуметтік желілерден алатынын көрсеткен. Бұл жаңа медианың ақпарат таратудағы жетекші рөлге ие болғанын дәлелдейді.

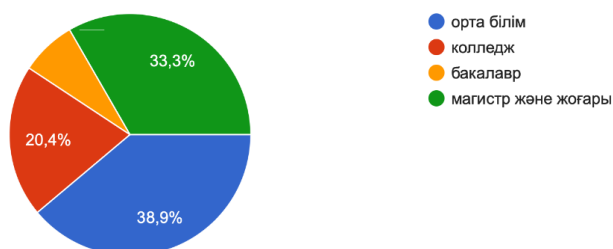
Сауалнама нәтижелері әлеуметтік желілердің респонденттердің мінез-құлқына айқын әсер ететінін көрсетті: қатысушылардың 68,5%-ы оның күнделікті әдеттерін өзгерткенін мойындаған. Бұл әлеуметтік желінің тек ақпараттық емес, мінез-құлықтық ықпал ету құралына айналғанын дәлелдейді. Ал 31,5%-ының мұндай әсерді сезінбеуі манипуляцияның аудиторияға біркелкі әсер етпейтінін көрсетеді.

2-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы 2-сауал

Біліміңіз:

54 ответа



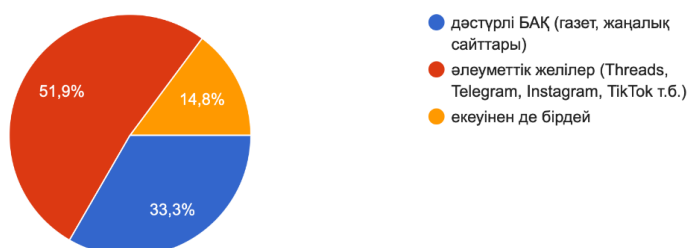
Ескертпе: авторлар құрастырған

3-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы 3-сауал

Қоғамдық тақырыптағы ақпаратты көбіне қай ортадан аласыз?

54 ответа



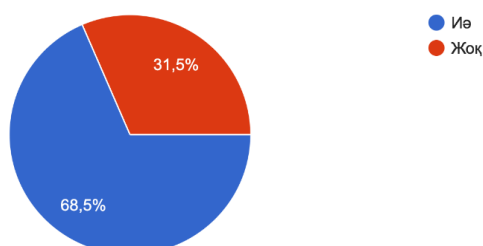
Ескертпе: авторлар құрастырған

4-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы 4-сауал

Әлеуметтік желі сіздің жақсы немесе жаман жаққа қарай өзгеруіңізге әсер еткен жағдайлар орын алды ма? (Мысалы, ерте тұру не кітап оқу...ақытыңды басқармау, тек телефонға үңілу т.б.)

54 ответа



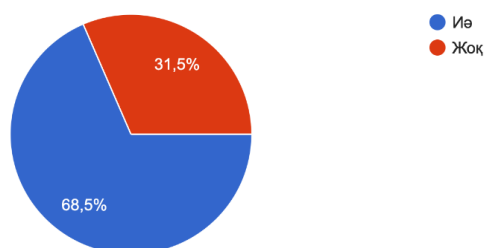
Ескертпе: авторлар құрастырған

5-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы 5-сауал

Жазбаның астындағы пікірлер (комментарийлер) сол тақырыпқа деген көзқарасыңызға әсер еткен кездер болды ма?

54 ответа



Ескертпе: авторлар құрастырған

Респонденттердің 68,5%-ы комментарийлер олардың тақырыпқа деген көзқарасына әсер еткенін мойындаған. Бұл әлеуметтік желідегі пікірлердің дербес ақпарат көзіне айналғанын көрсетеді.

Респонденттердің 79,6%-ы ресми дерек пен сарапшы пікірі газет материалына деген сенімді күшейтетінін көрсеткен. Бұл дәстүрлі медиада беделге сүйену манипуляциясының тиімді жұмыс істейтінін дәлелдейді. Сонымен қатар аз бөлігінің сенім артпауы оқырманның біртіндеп сыни медиасауатқа ие бола бастағанын да аңғартады.

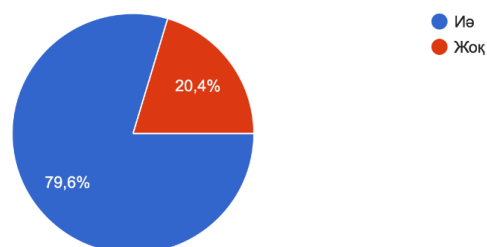
Сауалнама нәтижелері әлеуметтік желідегі жазбалардың респонденттерге ең алдымен эмоция арқылы әсер ететінін көрсетті: қатысушылардың 77,8%-ы жеке оқиға мен сезімге негізделген контентті басты ықпал етуші фактор деп көрсеткен. Бұл жаңа медиада манипуляцияның эмоциялық-моральдық сипатта жүзеге асатынын дәлелдейді. Рационалды немесе институционал тетіктердің үлесінің төмен болуы әлеуметтік желілердегі қабылдаудың көбіне аффективті деңгейде жүретінін көрсетеді.

6-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы 6-сауал

Газеттегі сарапшы пікірі немесе ресми дерек мәтінге сеніміңізді арттырған кездер болды ма?

54 ответа



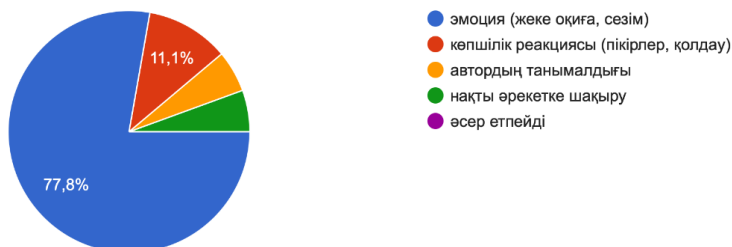
Ескертпе: авторлар құрастырған

7-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы -сауал

Әлеуметтік желідегі жазбалар сізге көбіне қай тетік арқылы әсер етеді?

54 ответа



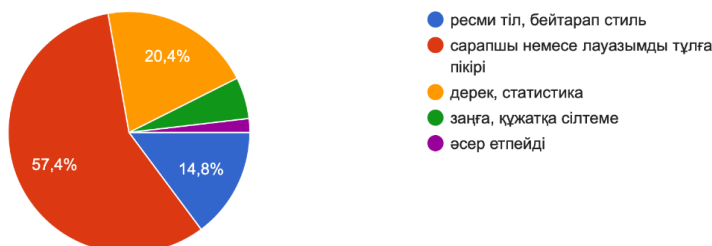
Ескертпе: авторлар құрастырған

8-сурет

«Дәстүрлі БАҚ пен заманауи медиадағы ақпаратты тұтыну мен қабылдау ерекшелігі» сауалнамасы 8-сауал

Дәстүрлі БАҚ-тағы материалдар көбіне қай тетік арқылы әсер етеді?

54 ответа



Ескертпе: авторлар құрастырған

Дәстүрлі БАҚ материалдары респонденттерге көбіне сарапшы немесе лауазымды тұлға пікірі арқылы әсер ететіні анықталды (57,4%). Сонымен қатар дерек пен статистиканың да ықпалы сақталғанымен, ресми тіл мен бейтарап стильдің әсері салыстырмалы түрде төменірек бағаланған. Бұл дәстүрлі медиада манипуляцияның негізгі механизмі беделге сүйену және когнитивтік легитимация екенін көрсетеді.

Қорытынды

Зерттеу нәтижелері қазіргі медиакөністікте қоғамдық сананы манипуляциялау әмбебап және біртекті құбылыс емес екенін көрсетті. Манипуляциялық ықпал ету тетіктері ақпарат тарайтын платформаға, медианың коммуникациялық ло-

гикасына және аудиториямен өзара әрекет формасына тікелей тәуелді екені анықталды. Осы тұрғыдан алғанда, манипуляцияны тек мазмұн деңгейінде емес, оны жеткізетін медиалық орта контекстінде қарастыру қажеттігі негізделді.

Әлеуметтік желілерді (Threads платформасы мысалында) талдау нәтижесінде қоғамдық пікір қалыптастыруда эмоциялық-моральдық және мобилизациялық манипуляцияның басым екені айқындалды. Дәл осы тұста зерттеу қорытындыларын талдай келе, заманауи медиада адамдардың эмоциясына әсер ету, жинақталған тәжірибесін басты назарға алып әрекетке шақыру мақсатында манипуляцияның жиі қолданылатыны байқалды. Манипуляция қоғамдық пікірді қалыптастыруда, әрекетке шақыруда қазіргі медиа журналистикада, қоғам пікірінде анық көрінеді.

«Егемен Қазақстан» газеті бойынша жүргізілген бір айлық зерттеуде манипуляция адамның беделін, сарапшы пікірін негізге ала отыра жасалатыны аңғарылды. Демек, дәстүрлі медиада манипуляция ашық, әрекетке шақыру формасында қолданылмайды. Манипуляция көбінде ресми тіл мен сарапшылардың пікірінің, жалпылама бағалаушы сөздердің астарында жасырынып қалады.

Қоғам мүшелерінің ақпаратты тұтынуы мен қабылдауына байланысты арнайы жүргізген зерттеу сауалнамасының қорытындысы бойынша манипуляцияның қолданылуы тек берілген мәтін мазмұны мен ақпаратқа ғана емес, сол мәтін қолданылатын платформаға, ақпарат жарияланатын медиа түріне тәуелді екені зерттеулер арқылы мысалдармен дәлелденді.

Зерттеу барысында ұсынылған манипуляцияның эмоциялық-моральдық, мобилизациялық және нормативті-дискурстық типологиясы әлеуметтік желілердегі мәтіндерді жүйелеуге мүмкіндік беретін авторлық ғылыми жаңалық ретінде бағаланады. Жалпы алғанда, мақала қа-

зіргі қазақстандық медиакеңістіктегі манипуляцияны платформаға тәуелді, көпқырлы және күрделі әлеуметтік-дискурсивтік құбылыс ретінде түсіндіруге үлес қосады.

Авторлардың үлесі

К.Қ. Қабылғазина – зерттеуде деректерді және бастапқы талдауларды жинақтау, зерттеуді ұйымдастыру, әдебиеттерге шолу жасау, теориялық талдаулар мен зерттеу нәтижелерін өңдеу.

А.О. Еркімбек – зерттеудің методологиясы, идеясы мен әдістемесі және тұжырым, ғылыми нәтижелердің интерпретациясы. Қолжазбаның жазылуы және соңғы нұсқаның дәйектелуі.

А.Т. Дүйшекеева – зерттеудің халықаралық тәжірибемен сабақтастығын қамтамасыз етуге, ғылыми әдебиеттерді саралауға, мақаланың ғылыми мазмұнын жетілдіруге үлес қосты.

А.Қ. Қыдырханова – зерттеуді жүргізіп, деректерді өңдеп, формалды талдады. Көрнекі материалдарды дайындады.

Әдебиеттер

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2020). The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Collier, J., & Van Duyn, E. T. (2022). Fake news by any other name: Phrases for false content and effects on public perceptions of U.S. news media. *Journal of Applied Communication Research*, 51(4), 424–443. <https://doi.org/10.1080/00909882.2022.2148487>
- Доценко, Е. Л. (1997). Психология манипуляции: феномены, механизмы и защиты. Москва: ЧеРо.
- Ecker, U. K. H., et al. (2022). The psychological drivers of misinformation and its resistance. *Nature Reviews Psychology*. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold. ISBN 0340632224, 9780340632222.
- Guess, A. M., & Lyons, B. A. (2020/21). Misinformation, disinformation, and propaganda. *Oxford Research Encyclopedia*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.111>
- Hameleers, M. (2022). Seeing is believing? The effects of multimodal deception. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab043>
- Hoes, E., Clemm, B., Gessler, T., Qian, S., & Wojcieszak, M. (2025). (Media attention to) misinformation can undermine trust in scientists. *Political Behavior*. <https://doi.org/10.1007/s11109-025-10090-y>
- Lorenz-Spreen, P., et al. (2023). Digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*. <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Plekhanova, T., Tarasiuk, V., Iukel, G., Putsiata, I., & Kulykova, O. (2023). Internet journalism in modern society: An overview of mechanisms for resisting media manipulation. *Amazonia Investiga*, 12(61), 103–111. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.61.01.11>
- Roozenbeek, J., van der Linden, S., & Nygren, T. (2020). Prebunking interventions based on “inoculation” theory can reduce susceptibility to misinformation across cultures. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1(2). <https://doi.org/10.37016/mr-2020-008>
- Sunstein, C. R. (2017). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press.
- van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-1-137-07299-3>

References

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2020). The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Collier, J., & Van Duyn, E. T. (2022). Fake news by any other name: Phrases for false content and effects on public perceptions of U.S. news media. *Journal of Applied Communication Research*, 51(4), 424–443. <https://doi.org/10.1080/00909882.2022.2148487>

- Dotsenko, E. L. (1997). *Psikhologiya manipulyatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchity* [Psychology of Manipulation: Phenomena, Mechanisms, and Protection]. Moscow: CheRo.
- Ecker, U. K. H., et al. (2022). The psychological drivers of misinformation and its resistance. *Nature Reviews Psychology*. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold. ISBN 0340632224, 9780340632222.
- Guess, A. M., & Lyons, B. A. (2020/21). Misinformation, disinformation, and propaganda. *Oxford Research Encyclopedia*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.111>
- Hameleers, M. (2022). Seeing is believing? The effects of multimodal deception. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab043>
- Hoes, E., Clemm, B., Gessler, T., Qian, S., & Wojcieszak, M. (2025). (Media attention to) misinformation can undermine trust in scientists. *Political Behavior*. <https://doi.org/10.1007/s11109-025-10090-y>
- Lorenz-Spreen, P., et al. (2023). Digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*. <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Plekhanova, T., Tarasiuk, V., Iukel, G., Putsiata, I., & Kulykova, O. (2023). Internet journalism in modern society: An overview of mechanisms for resisting media manipulation. *Amazonia Investiga*, 12(61), 103–111. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.61.01.11>
- Roozenbeek, J., van der Linden, S., & Nygren, T. (2020). Prebunking interventions based on “inoculation” theory can reduce susceptibility to misinformation across cultures. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1(2). <https://doi.org/10.37016/mr-2020-008>
- Sunstein, C. R. (2017). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press.
- van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-1-137-07299-3>

Авторлар туралы мәлімет:

Клара Қабылғазина (корреспонденттік автор) – филология ғылымдарының кандидаты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультеті баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының доценті (Алматы, Қазақстан, e-mail: kabylgazina.klara@mail.ru).

Ақерке Еркімбек – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультетінің 2-курс магистранты (Алматы, Қазақстан, e-mail: akerke.erkimbek@mail.ru).

Айна Дүйшекеева – Жүсіп Баласағұн атындағы Қырғыз ұлттық университетінің журналистика және коммуникация институтының журналистика бағдарламасының доценті, филология ғылымдарының кандидаты (Бишкек, Қырғызстан, e-mail: aina.duishekeeva@knu.kg).

Ақжарқын Қыдырханова – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультетінің докторанты (Алматы, Қазақстан, e-mail: kairatbek.akzh@gmail.com).

Information about the authors:

Klara Kabylgazina (corresponding author) – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Press and Electronic Media, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: kabylgazina.klara@mail.ru).

Akerke Yerkimbek – 2nd-year Master’s student of the Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: akerke.erkimbek@mail.ru).

Aina Duishekeeva – Associate Professor of the Journalism program at the Institute of Journalism and Communication, is a candidate of philological sciences, of the Kyrgyz National University named after Jusup Balasagyn (Bishkek, Kyrgyzstan, e-mail: aina.duishekeeva@knu.kg).

Akzharkyn Kadyrkhanova – 3rd-year PhD student of the Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: kairatbek.akzh@gmail.com).

Сведения об авторах:

Клара Кабылғазина (автор для корреспонденции) – кандидат филологических наук, доцент кафедры печати и электронных СМИ факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: kabylgazina.klara@mail.ru).

Акерке Еркімбек – магистрант 2 курса факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: akerke.erkimbek@mail.ru).

Айна Дүйшекеева – кандидат филологических наук, доцент программы журналистики Института журналистики и коммуникации Кыргызского национального университета имени Жусупа Баласагына (Бишкек, Кыргызстан, e-mail: aina.duishekeeva@knu.kg).

Ақжарқын Қыдырханова – докторант факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: kairatbek.akzh@gmail.com).

Келін түсті: 8 сәуір 2026 жыл
Қабылданды: 24 маусым 2026 жыл