

ӨОЖ 316.774:004.738.5

ЖАСТАР ЖӘНЕ ЖАҢА МЕДИА: Z БУЫНЫНЫҢ АҚПАРАТТЫ ТҰТЫНУ ӘДЕТТЕРІ

Ербосынова С.З., Болатхан А.Б.

студенттер, ГҚФ, «Журналистика» білім беру бағдарламасы,
Тұран университеті, Алматы қ., Қазақстан

Ғылыми жетекші: Қаршығаева А.А.

Мақалада жастардың ақпаратты қабылдау ерекшеліктері, олардың ақпарат көздері мен контент форматына деген талғамдары, сондай-ақ ақпаратпен өзара әрекеттесу тәсілдері талданады. Әлеуметтік желілердің, жекелендірілген алгоритмдердің және визуалды контенттің (қысқа видеолар, мемдер, инфографика) ақпараттық әлемді қалыптастырудағы рөліне ерекше назар аударылады. Сонымен қатар, ақпаратты үстірт қабылдау, сенімді дереккөздерге деген назардың төмендеуі, жалған ақпараттың таралуы және «ақпараттық көпіршік» әсері сияқты ықтимал қауіптер қарастырылады. Клиптік ойлау феномені мен оның Z ұрпағының сыни талдау қабілетіне ықпалына ерекше назар аударылады. Жастардың үздіксіз ақпарат ағыны мен тез өзгеретін трендтер жағдайында күрделі тақырыптарды терең түсіну қабілетіне қалай әсер ететіні және алынған ақпаратқа саналы көзқарас қалыптастыру мәселелері зерттеледі. Сонымен қатар, дәстүрлі журналистикаға деген сенімнің өзгеруі және оның блогерлермен, инфлюенсерлермен және балама медиа құралдарымен бәсекелестігі қарастырылады. Подкасттар, стористер мен TikTok видеолары сияқты жаңа форматтардың оқиғаларды қабылдауға әсері талданады. Сондай-ақ жастар аудиториясына бейімделу мақсатында бейресми стильді, ойын элементтері мен интерактивті технологияларды қолданатын корпоративтік медиа мен брендтердің рөлі қарастырылады. Z ұрпағының ақпараттық күн тәртібін қалыптастыруға ықпал ететін механизмдер де зерттеледі. Трендтер мен челленджердің жастар үшін негізгі ақпарат көзіне айналу үрдісі, сондай-ақ әлеуметтік желілердің саяси және азаматтық белсенділікке ықпалы қарастырылады. Цифрлық орта жас ұрпақтың құндылықтары мен сенімдеріне қалай әсер ететіні, ақпараттық платформалар оқиғаларды терең талдауға көмектесе ме, әлде керісінше, оған кедергі келтіре ме деген мәселелер көтеріледі.

Кілт сөздері: Z ұрпағы, тұтынушылық қалаулары, тұтынушылық мінез-құлық, жастардың құндылықтары, медиа таңдаулары, цифрлық орта.

Кіріспе

Қазіргі таңда ақпараттық қоғам мен цифрлық технологиялардың қарқынды дамуы әлемдегі түрлі әлеуметтік және мәдени өзгерістерге себеп болып отыр. Бұл өзгерістердің ішінде жастардың ақпаратты тұтыну әдістері айтарлықтай өзгерді. Z буыны 1997 жылдан кейін туған ұрпақ болып табылады, олар үшін интернет кеңістігі, әлеуметтік желілер мен мобильді қосымшалар ақпаратқа қол жеткізудің басты жолына айналды. Жаңа медиа құралдары арқылы жастар тек ақпаратты тұтынушы ғана емес, сонымен қатар оны таратушы және қалыптастырушы рөлінде де белсенді әрекет етеді. Ақпараттың таралу жылдамдығы мен қолжетімділігі артқан сайын, оны қабылдау мен дұрыс талдау дағдыларының маңыздылығы да күшейді.

Қазақстанда да осы үрдіс айқын байқалады. Z буынының өкілдері өздеріне қажетті ақпаратты көбіне әлеуметтік желілер мен блогтар арқылы алып, жаңалықтар мен пікірлерді таратушы рөлін атқарады. Олар үшін интернет кеңістігі өмірдің барлық саласында өзара байланыс орнатуға, жеке пікірлерін білдіруге және ақпаратпен алмасуға мүмкіндік беретін маңызды алаңға айналған. Бірақ, ақпараттың осындай жылдам таралуы фейк жаңалықтар мен жалған ақпараттың да кең тарауына ықпал етуде. Бұл мәселе әсіресе жас буынның ақпаратты қабылдау тәсілдеріне және оның шынайылығына қатысты жаңа сұрақтар туындатады. Атап айтқанда, жастар арасында ақпараттың шынайылығын тексеру, сыни тұрғыда бағалау дағдыларын қалыптастыру қажеттілігі артып отыр.

Z буынының ақпараттық мәдениеті мен ақпаратты тұтыну тәсілдері дәстүрлі медиа құралдарына қарағанда, қазіргі жаңа медиа платформаларында айтарлықтай ерекшеленеді. Әлеуметтік желілер мен интернет платформалары жастарға ақпаратты кез келген жерде және кез келген уақытта алу мүмкіндігін береді. Бұл ерекшеліктер Z буынының ақпаратқа деген қатынасын өзгертуде. Ақпаратты алу жылдамдығы артқанымен, оның сапасы мен шынайылығына деген талаптар да жоғарылауда. Сонымен қатар, жаңа медиа құралдарын пайдалану арқылы жастар өздерінің пікірі мен көзқарастарын жариялауда маңызды рөл атқаратындықтан, ақпараттың манипуляциялануы, әсіресе фейк жаңалықтар мен қате мәліметтер тарап жатса, олар осы ақпараттың таралуына ықпал етеді.

Қазақстанда Z буынының өкілдері фейк жаңалықтар мен манипуляциялардан қорғауға бағытталған ақпараттық мәдениетті қалыптастыру қажеттілігі ерекше өзекті. Бұл ұрпаққа ақпараттың сапасын тексеру, оны сын тұрғысынан бағалау, сондай-ақ медиасауаттылықты арттыру үшін арнайы білім беру бағдарламалары мен стратегиялар әзірлеу керек. Ақпараттың шынайылығын анықтау және оған қарсы тұру қабілеті жастардың саналы түрде ақпаратпен жұмыс істеуіне көмектеседі. Қазіргі заманғы

медиа сауаттылық тек ақпаратты тұтыну емес, сонымен бірге оны бағалау мен жауапкершілікпен таратуға да қатысты.

Осылайша, Z буынының ақпараттық тұтыну әдеттерін зерттеу қазіргі ақпараттық кеңістіктегі олардың рөлін, ақпаратты қабылдау және тарату тәсілдерін тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Бұл жұмыс жастардың ақпаратты тұтыну әдістерін, олардың сенім деңгейін, жаңа медиа платформаларының рөлі мен ақпараттық манипуляциялардан қалай қорғануға болатындығын қарастырады. Сонымен қатар, бұл зерттеу арқылы медиа сауаттылықты арттыру және жастар арасында ақпараттық қауіпсіздік дағдыларын қалыптастыру бойынша ұсыныстар жасалады.

Негізгі бөлім. Z буынының өкілдері үшін цифрлық технологиялар мен интернет ортадағы ақпаратты қабылдау мен тарату тәсілдері өте маңызды рөл атқарады. Бұл буын ақпаратты визуалды түрде қабылдауға бейім, өйткені олар үшін ақпараттың жылдам әрі нақты жеткізілуі маңызды. Қазіргі жастардың арасында әлеуметтік желілер мен мобильді қосымшалар басты ақпарат көздері ретінде қалыптасқан. Жастар ақпаратты көбінесе YouTube, Instagram, TikTok сияқты платформалар арқылы алады, себебі бұл платформалар қысқа әрі визуалды контентке негізделген[1].

Қазақстандағы Z буынының өкілдері үшін бейнемазмұн мен графикалық материалдар ақпаратты қабылдаудың негізгі форматы болып табылады. Әлеуметтік желілер мен мобильді құрылғыларды пайдалану арқылы жастардың ақпаратты ыңғайлы әрі жылдам алу тәсілдерін қалыптастырғанын атап өткен. Жастар үшін ақпараттың жылдам және тиімді қабылдануы маңызды болғандықтан, дәстүрлі БАҚ-қа қарағанда жаңа медиа құралдары олардың басты ақпарат көзіне айналды[2].

Зерттеу көрсеткендей, Z буыны тек ақпаратты тұтынушы емес, сонымен қатар ақпаратты таратуда белсенді қатысушы болып табылады. Олар әлеуметтік желілерде пікір білдіріп, жаңалықтарды таратып, өз пікірлерін ортаға салады.

Сонымен қатар, Z буынының ақпаратпен жұмыс істеу стилі дәстүрлі ақпарат тұтыну модельдерінен едәуір өзгеше. Олар көбіне мәтіндік материалдарды елемей, қысқа, бейне немесе инфографика түріндегі ақпаратты көбірек бағалайды. Бұл олардың ақпаратты өңдеу жылдамдығы мен назар аудару уақытының қысқалығымен байланысты. Қазіргі жастардың ақпараттық ортада визуализацияланған контентті жылдам қабылдайтынын, ал ұзақ мәтіндерге қызығушылығы төмен екенін нақтылайды[3].

Z буынының тағы бір айрықша ерекшелігі – ақпаратты жеке тәжірибемен салыстыру, сыни тұрғыдан қарау, өз ортасымен бөлісу арқылы маңызын анықтау. Бұл буын ақпаратты тікелей қабылдай бермейді, олар түрлі дереккөздерді салыстырып, ең сенімдісін тандауға тырысады. Алайда, бұл әрдайым ақпараттың шынайылығын тексерумен аяқталмайды. Осыған

байланысты, жастар арасында медиасауаттылық деңгейін арттыру қажеттілігі туындайды [4].

Жаңа медиа платформаларда белсенді бола отырып, Z буыны қоғамдық пікірге әсер ету қабілетіне ие. Олар әлеуметтік желілер арқылы белгілі бір оқиғаларға реакция білдіріп, қоғамдық дискурсқа қатысады. Бұл өз кезегінде олардың ақпараттық кеңістіктегі рөлін тек тұтынушылық деңгейде ғана емес, белсенді қатысушы ретінде сипаттауға мүмкіндік береді. Қазіргі заманғы медиа ортаның демократиялануы мен интерактивтілігі жастардың өз пікірін ашық айтуына жағдай жасайды, бірақ бұл үрдіс дұрыс ақпаратты сүзгіден өткізу және жауапкершілікпен тарату мәселесін де күн тәртібіне қояды.

Сонымен қатар, Z буыны үшін ақпаратқа қолжетімділік пен дербестік те аса маңызды. Жастар өздеріне қажет ақпаратты өздері таңдайды, сүзгіден өткізеді және алгоритмдер арқылы ұсынылатын мазмұнға бейімделеді. Бұл феномен «ақпараттық көпіршік» (information bubble) ұғымын тудырып отыр, яғни жастар көбіне өз көзқарасына сай келетін контентпен ғана шектеліп қалады. Ақпараттық көпіршіктердің азаматтық белсенділік пен шынайы ақпарат алуға кері әсер ететінін атап өтеді[5].

Z буынының ақпарат көздеріне деген сенім деңгейі заманауи медиамәдениет пен цифрлық сауаттылық деңгейімен тығыз байланысты. Бұл буын көбіне дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына (газет, радио, теледидар) қарағанда, жаңа медиа құралдарына — әлеуметтік желілер, блогтар, бейне платформалар мен онлайн жаңалықтар ресурстарына көбірек сенім артады. Мұндай таңдау, бір жағынан, ақпаратқа жедел әрі ыңғайлы қол жеткізу қажеттілігінен туындайды. Екінші жағынан, жастардың цифрлық технологиялармен ерте жастан араласуы олардың дәстүрлі ақпарат көздеріне деген қызығушылығын төмендеткен[2].

Z буынының сенім деңгейін зерттеу барысында Қазақстандағы жастардың көбіне Instagram, TikTok, Telegram және YouTube платформаларындағы жеке тұлғалар мен блогерлердің пікіріне жүгінетіні анықталды. Бұл үрдіс ресми БАҚ-қа сенімнің салыстырмалы түрде төмендегенін көрсетеді. Жастар үшін ресми дереккөздердің тілі көбіне ресмиленіп кеткен, шынайы әрі өзекті мәселелерге жеткілікті көңіл бөлінбейді деген пікір қалыптасқан[6]. Сондықтан олар өздерін жақын, тіл табысатын орта ретінде көретін блогерлер мен желідегі контент жасаушыларға көбірек сенім артады.

Алайда, бұл жағдай жастардың жиі жалған ақпараттарға (фейк жаңалықтарға) ұрынуына алып келуі мүмкін. Ақпараттың сенімділігін тексеру мәдениетінің әлсіздігі кейде қауесет пен дезинформацияның таралуына жол ашады. Бұл әсіресе саяси, әлеуметтік немесе денсаулыққа қатысты маңызды мәліметтер кезінде өзекті мәселеге айналады. Бұл феноменді «цифрлық сенім парадоксы» деп аталып, жастардың ақпаратқа қолжетімділігі жоғары

болғанымен, сенімді ақпаратты ажырату қабілеті әрдайым жетіле бермейтінін айтады[5].

Медиасауаттылық деңгейінің төмендігі жастардың тек ақпаратты қабылдау ғана емес, оны таратудағы жауапкершілігін де төмендетеді. Жастар жиі оқиғаларды тек тақырып немесе қысқаша сипаттама арқылы бағалайды, ал мазмұнның толықтығын тексеруге уақыт бөлмейді. Бұл жағдай әсіресе ақпараттық манипуляция мен жалған жаңалықтардың көбеюі жағдайында аса қауіпті[4].

Қазақстанда бұл мәселені шешу мақсатында білім беру жүйесіне медиасауаттылық элементтерін енгізу маңызды қадамдардың бірі болмақ. Мектеп және университет бағдарламаларына ақпаратты сыни қабылдау, дереккөздерді салыстыру және жалған жаңалықтарды тану тәсілдері жөніндегі пәндер мен модульдер енгізу ұсынылады. Сонымен қатар, қоғамдық ақпараттық науқандар мен әлеуметтік желілердегі танымдық жобалар арқылы жастардың ақпаратқа деген сенім мәдениетін дамыту қажет.

Z буыны үшін ақпараттың сенімділігімен қатар, оның жылдамдығы мен қолжетімділігі де үлкен маңызға ие. Сондықтан олар өзара байланыс орнатып, өздерін ортақ ақпараттық кеңістіктің белсенді мүшесі ретінде сезінетін платформаларға басымдық береді. Бұл олардың ақпаратты бағалау процесіне эмоция мен субъективтілік енгізуіне ықпал етеді, ал бұл, өз кезегінде, объективтілік пен дәлдікке деген талапты әлсіретеді.

Z буынының ақпараттық тұтыну мәдениетінде әлеуметтік желілер мен жаңа медиа платформалары жетекші рөлге ие. Бұл ұрпақ дәстүрлі ақпарат көздерінен алыстап, интерактивті, жедел және визуалды контентке негізделген платформаларға бет бұрды. Бұл үрдіс тек ақпаратты қабылдау емес, сонымен қатар оны өз бетінше өңдеу, пікір білдіру және тарату мүмкіндігімен ерекшеленеді.

Әлеуметтік желілер қазіргі жастар үшін күнделікті өмірдің ажырамас бөлігіне айналды. Олар тек бос уақыт өткізу құралы ғана емес, ақпарат алудың негізгі көзі ретінде қызмет атқарады. Әлеуметтік желілердің жастардың ақпараттық қажеттілігін қанағаттандырудағы маңыздылығын атап өтіп, бұл платформалар арқылы жастар қоғамдағы маңызды жаңалықтармен танысып, пікір алмасуға белсенді қатысатынын көрсеткен. Осылайша, әлеуметтік желілер дәстүрлі БАҚ-тың бірқатар функцияларын өз мойнына алып отыр[4].

Қазақстандық контекстте Instagram, TikTok, Telegram және YouTube платформалары ерекше танымал. Бұл желілердегі бейнемазмұн мен қысқа, эмоционалды видеолар жастардың ақпаратты жылдам әрі оңай қабылдауына мүмкіндік береді. Аталған платформалар визуалды әсерге негізделгендіктен, мәтіндік ақпаратқа қарағанда көбірек қызығушылық тудырады. Жастар үшін бейне және сурет арқылы берілген ақпараттың шынайылығы мен қолжетімділігі маңызды болып табылады[3].

Әлеуметтік желілердің тағы бір маңызды ерекшелігі — жастардың белсенділігі. Z буыны тек ақпарат тұтынушысы емес, сонымен қатар оны өндіруші әрі таратушы ретінде де көрінеді. Жеке парақшалар мен блогтар, қысқа видеолар арқылы жастар өз пікірлерін ашық білдіріп, қоғамдық пікір қалыптастыруға қатысады. Бұл жағдай ақпараттың демократиялануына ықпал еткенмен, сонымен қатар оның сапасына да әсер етуі мүмкін.

Айталық, блогерлер мен инфлюенсерлердің таратқан ақпараттары кейде объективтілік пен дәлдіктен алшақ болуы мүмкін. Жастар көп жағдайда танымалдылық пен көңіл көтеру элементтеріне негізделген контентке сеніп қалуы ықтимал. Бұл медиасауаттылық деңгейінің маңыздылығын тағы да алға тартады. Сондықтан әлеуметтік желілердің ақпараттық функциясы мен оның жастар санасына әсері кешенді зерттеуді қажет етеді.

Сонымен қатар, әлеуметтік желілер жастар үшін ақпаратты сүзгіден өткізу, салыстыру және сыни ойлау дағдыларын дамытудың алаңы бола алады. Бұл үшін мектеп пен жоғары оқу орындарында медиабілім берудің мазмұнын жетілдіру, әлеуметтік желілердің әлеуетін тек ақпарат көзі ретінде ғана емес, білім беру құралы ретінде пайдалану қажеттігі туындайды.

Жаңа медиа платформалары — бұл тек құрал емес, тұтас ақпараттық орта. Ол жерде жастар өзара тәжірибе алмасады, жаңалықтарды талдайды, мәдени және әлеуметтік нормаларды қалыптастырады. Сондықтан бұл ортада белсенділік танытатын Z буынына бағытталған мемлекеттік және қоғамдық ақпараттық жобалар да заманауи медиатілге бейімделіп жүзеге асырылуы тиіс.

Z буыны өкілдерінің ақпаратты қабылдау ерекшеліктері дәстүрлі ұрпақтардан айтарлықтай ерекшеленеді. Олар үшін мәтінге қарағанда бейне, графика және визуалды форматтағы контент анағұрлым тартымды әрі түсінікті болып табылады. Бұл буын интернет пен технологиялармен ерте жастан таныс болғандықтан, ақпаратты тез қабылдау мен қысқа уақыт ішінде мәнін ұғу олар үшін әдеттегі құбылысқа айналған.

Z буынының бейнемазмұнды жазбаша мәтінге қарағанда жылдамырақ қабылдайтыны, әрі сол форматтағы ақпаратты жақсы есте сақтайтыны көрсетілген. Бұл — зейіннің тұрақсыздығы мен ақпаратты үзікті қабылдауға бейімдікпен түсіндіріледі. Сонымен қатар, бейнеформаттағы контенттің эмоциялық әсері жоғары болатыны және оның көрерменге ықпалы күшті екені де анықталған.[2]

Z буынының ақпаратты қысқа форматта тұтынуға деген бейімділігі TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts сияқты платформалардың кеңінен таралуына себепші болды. Мұндай форматтар ақпаратты ықшамдап, назарды ұстап тұруға бағытталған. Қазақстандық зерттеуші өз жұмысында әлеуметтік желілердегі визуалды контенттің жастар арасында үлкен танымалдыққа ие екендігін, оның ішінде әсіресе қысқа бейнелерге сұраныстың жоғары екенін атап өтеді[3].

Бұл ерекшелік жастардың ақпаратты тек тұтынушы ретінде ғана емес, сонымен қатар оны қысқа әрі визуалды түрде жасауға тырысатынын да көрсетеді. Мысалы, TikTok-та жастар өз ойларын қысқа видео арқылы білдіріп, қоғамдағы маңызды мәселелерді сол форматта талқылауға тырысады. Мұның өзі Z буынына тән медиамәдениеттің қалыптасқанын көрсетеді.

Алайда бұл жағдай ақпараттың маңызын қысқарту, оның мәнін жоғалту қаупін де тудырады. Ақпаратты тым ықшам формада қабылдау нәтижесінде терең мазмұнға назар аудару төмендеуі мүмкін. Осы тұрғыдан алғанда, медиасауаттылық пен ақпаратты сараптай білу қабілеті ерекше маңызға ие бола түседі. Жастардың ақпаратты сын тұрғысынан бағалау дағдыларын қалыптастыру — білім беру жүйесінің маңызды міндеттерінің бірі болуы тиіс.

Қорыта айтқанда, Z буыны үшін ақпараттың визуалды, қысқа әрі әсерлі болуы – басты шарт. Бұл ерекшеліктерді ескеріп, ақпараттық саясат пен медиаөнімдерді жастар аудиториясына бейімдеу қажет. Сонымен қатар, визуалды контентпен жұмыс істеу барысында оның мазмұндық сапасын сақтау — ақпараттық қауіпсіздік пен қоғамдық сананы қалыптастыру жолындағы маңызды талаптардың бірі.

Z буыны өкілдерінің ақпараттық ортада белсенді болуы – олардың жалған ақпарат пен фейк жаңалықтарға жиі ұшырауына әкелуде. Бұл буын интернет пен әлеуметтік желілерді басты ақпарат көзі ретінде қолданатындықтан, олардың шынайы мен жалған ақпаратты ажырата білуі аса маңызды. Алайда, тәжірибе көрсеткендей, жастар жиі жағдайда ақпараттың шынайылығына мән бермей, оны тексермей бөлісіп жатады. Бұл жағдай фейк жаңалықтардың тез таралуына себеп болады және қоғамда жалған түсініктердің қалыптасуына ықпал етеді.

Жастардың көпшілігі жаңалықты алғаннан кейін оның түпнұсқасын немесе ресми көздерін тексермей-ақ әлеуметтік желілерде бөлісетінін атап көрсетеді. Бұл медиасауаттылықтың жеткіліксіздігін білдіреді. Медиасауаттылық — ақпаратты сын тұрғысынан қабылдау, оның шынайылығын тексеру және оны талдау қабілеті. Бұл қабілеттің болмауы Z буыны өкілдерін жалған ақпараттың нысанасына айналдырады.[1]

Қазақстан жастары арасында жүргізілген зерттеуінде фейк жаңалықтардың таралу себептерінің бірі ретінде олардың интернетке жоғары сенім білдіруін атап көрсетеді. Жастар ресми ақпарат көздерін жиі пайдаланбайды, оның орнына танымал блогерлер мен ықпал етушілердің (инфлюенсерлердің) жазбаларына сенім артады. Алайда, бұл жазбалардың көпшілігі кәсіби журналистік стандарттарға сәйкес келмейді[2].

Фейк жаңалықтар тек ақпараттық кеңістіктің сапасын төмендетіп қоймай, сонымен қатар қоғамдық пікірге де айтарлықтай әсер етеді. Бұл әсіресе саяси оқиғалар, пандемия, экономикалық өзгерістер туралы жалған ақпарат тарағанда

байқалады. Жастардың жалған ақпаратты таратуының салдары ретінде қоғамда сенімсіздік, үрей, және бөлінушілік туындауы мүмкін.

Сондықтан медиасауаттылықты арттыру – бүгінгі күннің басты міндеттерінің бірі. Бұл бағытта қазақстандық оқу орындарында, әсіресе жоғары оқу орындарында арнайы курстар мен тренингтер енгізу қажеттілігі туындап отыр. Сонымен қатар, білім беру бағдарламаларында ақпаратты тексеру дағдыларын қалыптастыратын цифрлық сауаттылық курстарын кеңінен тарату қажет. Медиасауаттылықты дамыту қоғамдағы ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің тиімді құралы ретінде қарастырылуы тиіс екенін ұсынады[3].

Қорытынды

Z буынының ақпаратты тұтыну әдеттері қазіргі ақпараттық қоғам жағдайында маңызды зерттеу нысанына айналып отыр. Бұл буынның ерекшелігі – олардың цифрлық технологиялармен тығыз байланыста өсуі және ақпаратты қабылдау мен таратуда жаңа медиа құралдарын кеңінен қолдануы. Зерттеу барысында анықталғандай, Z буыны үшін дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына қарағанда әлеуметтік желілер мен бейнемазмұн платформалары анағұрлым тартымды әрі қолжетімді ақпарат көздері болып табылады.

Олар ақпаратты тез әрі визуалды түрде қабылдауға бейім. Осыған байланысты Instagram, TikTok, YouTube сияқты платформалар Z буыны арасында ерекше танымал. Алайда бұл үрдіс бірқатар қауіптерді де бірге алып келеді — жастардың ақпаратты тексермей қабылдауы мен тарататын фейк жаңалықтардың көбеюі, медиасауаттылықтың жеткіліксіздігі, сенімсіз дереккөздерге иек арту.

Сондықтан, Z буынының ақпаратты тұтыну мәдениетін дамыту бағытында кешенді жұмыстар жүргізу қажет. Бұл бірінші кезекте білім беру мекемелерінде медиасауаттылықты арттыруға бағытталған бағдарламаларды енгізу, ақпаратты тексеру дағдыларын үйрету, жаңа медиа құралдарын тиімді пайдалану мәдениетін қалыптастыру арқылы жүзеге асуы тиіс. Сонымен қатар, Z буынының ақпараттық мінез-құлқын зерттеу қазіргі заманғы медиа жүйелерін жетілдіру мен ақпараттық саясатты дұрыс қалыптастыру үшін де аса маңызды. Бұл ұрпақ дәстүрлі медиадан гөрі интерактивті, жекелендірілген контентті қалайды. Жастар үшін алгоритмдер негізінде жұмыс істейтін платформалар — олардың қызығушылықтарына, көзқарастарына сай ақпарат ұсынатын негізгі орта. Бұл жағдай кейде ақпараттық «көпіршіктердің» пайда болуына әкеледі, яғни жастар өзімен бір пікірдегі ақпаратпен ғана шектеліп, альтернативті көзқарастардан алыстап қалуы мүмкін. Ақпараттық көпіршіктер мен жалған жаңалықтармен күресу үшін тек медиасауаттылық жеткіліксіз. Мемлекеттік деңгейде де цифрлық қауіпсіздікті қамтамасыз ететін, жастардың ақпаратты тұтыну мінез-құлқына сәйкес келетін кешенді ақпараттық саясат қажет. Сондай-ақ, отандық сапалы медиа-контенттің үлесін арттыру, жастардың

назарын аударатын форматтарда білім беретін, сараптамалық әрі сенімді ақпаратты насихаттайтын жобаларды қолдау да маңызды. Зерттеу нәтижелері Z буынының ақпаратты тек тұтынушы емес, сонымен қатар оның белсенді өндірушісі екенін көрсетті. Олар блог жүргізу, пікір қалдыру, контент жасау арқылы қоғамдық дискурсқа қатысып, ақпараттық кеңістікті қалыптастыруға тікелей әсер етеді. Бұл үрдіс жастардың азаматтық белсенділігін арттыруда оң рөл атқарғанымен, жауапкершілік пен сыни ойлаудың болмауы түрлі қауіптерге алып келуі мүмкін.

Осыған байланысты, Z буынына бағытталған ақпараттық және тәрбиелік стратегиялар тұлғаның тек техникалық емес, этикалық әрі сыни тұрғыдан ойлау қабілеттерін дамытуға бағытталуы тиіс. Жастарға ақпаратпен дұрыс жұмыс істеудің маңыздылығын ұғындыру — білім беру мен медиа саясатының басты векторларының бірі болуға тиіс.

Қорытындылай келе, Z буынының ақпаратты тұтыну ерекшеліктері — қазіргі ақпараттық дәуірдегі ең өзекті тақырыптардың бірі. Олардың цифрлық ортадағы белсенділігі, визуалды контентке деген бейімділігі және ақпараттық селқостықпен қатар жүрген шынайылыққа деген зәрулігі — бұл буынмен тиімді жұмыс істеу үшін арнайы ғылыми-тәжірибелік көзқарасты талап етеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Айтжанова, А. (2020). Жастар және ақпараттық кеңістік: медиасауаттылық мәселелері. Абай атындағы ҚазҰПУ Хабаршысы.
2. Құдайбергенова, Г. (2023). Z буыны және ақпараттық қауіпсіздік мәселелері. Абай атындағы ҚазҰПУ Хабаршысы.
3. Қожақова, А. (2022). Жаңа медиа және жастар: визуалды контенттің ықпалы. Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ Хабаршысы. Журналистика сериясы.
4. Мухаметова, Д. (2021). Қазақстан жастарының ақпараттық кеңістіктегі ұстанымдары. Х. Досмұхамедов атындағы Атырау университеті.
5. Төлегенова, С. (2021). Медиасауаттылықтың жастар арасындағы маңызы. «Ақпараттық қауіпсіздік және коммуникация» ғылыми басылымы.
6. Нұртазина, Г. (2022). Визуалды контент пен медиамәдениет. Республикасы Журналистика академиясы.
7. Жүнісбекова, Ә. (2023). Ақпараттық көпіршіктердің әлеуметтік әсері. «Қоғам және коммуникация» ғылыми журналы
8. Қазақстан стратегиялық зерттеулер институты (KAZISS). (2022). Қазақстан жастары: құндылықтары мен көзқарастары. Аналитикалық баяндама.
9. Тоқбергенова, А. (2021). Z буыны және қоғамдық белсенділік: әлеуметтік желілер контекстінде. ҚазҰУ хабаршысы.

10. Адилова А. (2022). Медиа сауаттылықты қалыптастырудағы педагогикалық тәсілдер. Еуразия гуманитарлық институтының ғылыми еңбектері.
11. Жүнісбекова, Ә. (2023). Ақпараттық көпіршіктердің әлеуметтік әсері. «Қоғам және коммуникация» ғылыми журналы.
12. Нұртазина, Г. (2022). Цифрлық дәуірдегі ақпараттық қатынас мәдениеті. Өл-Фараби атындағы ҚазҰУ баспасы.
13. Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі. (2023). Қазақстан жастарының медиа сауаттылығын арттыру стратегиясы. Нұр-Сұлтан.
14. Ыбырайым Ә.О. Кітап «Стилистика және редакциялау» авторлығымен 2014 жылы Алматыда «Дәуір» баспасынан шыққан//224Б
15. Кувшинская Н.А. Кітап: «Академиялық жазылым: оқу құралы және практикум» Жарық көрген жылы: 2015 жыл Шығарушы: Алматы, «ЖШС «Нұрлы әлем»//240Б
16. Динаева Б.Б., Сапина С.М. "Академиялық сауаттылықтың теориялық және практикалық негіздері" Оқу құралы, 2020 жыл//248Б
17. Еділ Оспанов . «Академиялық жазылым» Жарық көрген жылы: 2014 жыл Шығарушы: Алматы, «ЖШС «Жібек жолы»//208Б

МОЛОДЁЖЬ И НОВЫЕ МЕДИА: ПРИВЫЧКИ ПОТРЕБЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ПОКОЛЕНИЕМ Z

Ербосынова С.З., . Болатхан А.Б.

Научный руководитель: Қаршығаева А.А.

В статье анализируются ключевые особенности восприятия информации молодёжью, включая их предпочтения в источниках, форматах и способах взаимодействия с контентом. Особое внимание уделяется влиянию социальных сетей, алгоритмов персонализации и визуального контента (коротких видео, мемов, инфографики) на формирование информационной картины мира. Также рассматриваются потенциальные риски: поверхностное усвоение информации, снижение внимания к проверенным источникам, распространение дезинформации и эффект «информационного пузыря». Отдельный акцент сделан на феномене клипового мышления и его влиянии на способность поколения Z к критическому анализу данных. Рассматривается как постоянный поток контента и быстрая смена информационных трендов влияют на способность молодёжи воспринимать сложные и многослойные темы, а также формировать осознанное отношение к получаемой

информации. Кроме того, затрагиваются вопросы доверия к традиционной журналистике и её трансформации в условиях конкуренции с блогерами, инфлюенсерами и альтернативными медиа. Анализируется влияние новых форматов новостного контента, таких как подкасты, сторис и TikTok-видео, на глубину восприятия событий. Также рассматривается роль корпоративных медиа и брендов, которые адаптируют контент под молодёжную аудиторию, используя неформальный стиль, игровые элементы и интерактивные технологии. Дополнительно в статье исследуются механизмы, влияющие на формирование информационной повестки среди поколения Z. Рассматривается влияние трендов и челленджей, которые становятся основными источниками информации для молодёжи, а также роль социальных сетей в политической и гражданской активности. Поднимаются вопросы того, как цифровая среда влияет на формирование ценностей и убеждений молодого поколения, а также каким образом информационные платформы способствуют или, наоборот, препятствуют развитию глубинного анализа происходящих событий.

Ключевые слова: поколение Z, потребительские предпочтения, потребительское поведение, ценности молодежи, медиапредпочтения, цифровая среда.

YOUTH AND NEW MEDIA: GENERATION Z'S INFORMATION CONSUMPTION HABITS

Erbosynova S. Z., Bolatkhan A.B.

Scientific supervisor: Karshigaeva A.A.

This article analyzes the key characteristics of how young people perceive information, their preferences regarding sources and content formats, and the ways they interact with media. Special attention is given to the role of social networks, personalized algorithms, and visual content (short videos, memes, infographics) in shaping their worldview. Additionally, the article examines potential risks such as superficial information processing, declining attention to reliable sources, the spread of misinformation, and the "information bubble" effect. A particular focus is placed on the phenomenon of clip thinking and its impact on Generation Z's ability to critically analyze information. The study explores how the constant flow of content and rapidly changing trends influence young people's capacity to comprehend complex topics and develop a conscious approach to information consumption. The article also discusses the transformation of trust in traditional journalism and its competition with bloggers, influencers, and alternative media. It analyzes how new

news formats, such as podcasts, stories, and TikTok videos, affect the depth of event perception. Furthermore, the role of corporate media and brands is examined, as they adapt their content for young audiences using informal styles, gamification, and interactive technologies. The study explores the mechanisms that influence the formation of Generation Z's informational agenda. It examines the impact of trends and challenges, which often serve as primary sources of information for young people, as well as the role of social media in political and civic engagement. The article raises questions about how the digital environment shapes the values and beliefs of the younger generation and whether information platforms facilitate or hinder in-depth analysis of current events.

Keywords: Generation Z, consumer preferences, consumer behavior, youth values, media preferences, digital environment.

REFERENCES

1. Aitzhanova, A. (2020). Youth and the Information Space: Issues of Media Literacy. Bulletin of Abai Kazakh National Pedagogical University.
2. Kudaibergenova, G. (2023). Generation Z and Issues of Information Security. Bulletin of Abai Kazakh National Pedagogical University.
3. Kozhakova, A. (2022). New Media and Youth: The Impact of Visual Content. Bulletin of Al-Farabi Kazakh National University. Journalism Series.
4. Mukhametova, D. (2021). Positions of Kazakhstani Youth in the Information Space. Kh. Dosmukhamedov Atyrau University.
5. Tolegenova, S. (2021). The Importance of Media Literacy among Youth. Scientific Journal "Information Security and Communication".
6. Nurtazina, G. (2022). Visual Content and Media Culture. Academy of Journalism of the Republic of Kazakhstan.
7. Zhunisbekova, A. (2023). The Social Impact of Information Bubbles. Scientific Journal "Society and Communication".
8. Kazakhstan Institute for Strategic Studies (KAZISS). (2022). Kazakhstani Youth: Values and Perspectives. Analytical Report.
9. Tokbergenova, A. (2021). Generation Z and Civic Engagement: In the Context of Social Media. Bulletin of KazNU.
10. Adilova, A. (2022). Pedagogical Approaches to Fostering Media Literacy. Scientific Works of the Eurasian Humanities Institute.
11. Zhunisbekova, A. (2023). The Social Impact of Information Bubbles. Scientific Journal "Society and Communication".
12. Nurtazina, G. (2022). The Culture of Information Communication in the Digital Era. Al-Farabi Kazakh National University Publishing.

13. Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan. (2023). Strategy to Improve Media Literacy of Kazakhstani Youth. Nur-Sultan.
14. Ybyraim, A.O. (2014). *Stylistics and Editing*. Almaty: Daur Publishing. – 224 p.
15. Kuvshinskaya, N.A. (2015). *Academic Writing: A Textbook and Practicum*. Almaty: LLP “Nurly Alem”. – 240 p.
16. Dinaeva, B.B., & Sapina, S.M. (2020). *Theoretical and Practical Foundations of Academic Literacy*. Textbook. – 248 p.
17. Edil Ospanov. (2014). *Academic Writing*. Almaty: LLP “Zhibek Zholy”. – 208 p.