

**8D03203 Халықаралық журналистика білім беру бағдарламасы
бойынша философия докторы (PhD) дәрежесін алуға ұсынылған
Касымбекова Назира Муратбековнаның “Әлеуметтік желілердегі
инфономика және маркетинг: стратегиясы, әдістері мен құралдары
(қазақтілді жарияланымдар бойынша)” докторлық диссертациясына
ғылыми кеңесшінің пікірі**

1. Зерттеу тақырыбының өзектілігі. Цифрлық технологиялардың қарқынды дамуы мен медианы тұтыну мәдениетінің өзгеруі ақпараттың экономикалық маңызын арттырды. Әлеуметтік желілердің рөлі артқан сайын, инфономика ұғымы ерекше өзектілікке ие болды. Қазіргі таңда әлеуметтік желідегі контент жаңа деңгейге көтерілді. Қазақ тілді контенттің ауқымы артып, қазақтілді аудиторияның әлеуеті жоғарылаған сайын, сапалы контент түзу маңызды мәселеге айналды. Аталған диссертациялық жұмыс әлеуметтік желідегі қазақ тілді контенттің ерекшелігін, экономикалық тиімділігін қарастырып, ықпалын арттыру тетіктерін ғылыми тұрғыда талдауға бағытталған. Зерттеу ғылыми тереңдігімен және практикалық маңыздылығымен құнды. Автор заманауи цифрлық медианың дамуын, қазақтілді аудиторияның ерекшеліктерін және инфономика ұғымын зерделеп, зерттеу нысанын жан-жақты талдаған.

Цифрлық нарық ел экономикасының өсуіне игі ықпал етіп, маңызды актив болуға қабілетті. Цифрлық трансформация жағдайында қазақтілді медиаконтенттің экспорттық әлеуеті мен контентті монетизациялау әдіс-тәсілдерін зерттеу тақырыптың өзектілігін айқындайды.

2. Диссертацияларға қойылатын талаптар шеңберіндегі ғылыми нәтижелер.

Қазақтілді аудиторияның цифрлық кеңістіктегі ерекшеліктерін ескере отырып, контентті тиімді тарату мен монетизациялау әдістерін жүйелеу – уақыт талабы. Автор қазақтілді медиакеңістікте инфономика ұғымын кешенді зерттеп, контентті монетизациялау тетіктерін ғылыми негізде қарастырады. Контент стратегияларын модельдеудің, аудиториямен коммуникация орнатудың және цифрлық маркетинг құралдарын қолданудың тиімді жолдарын ұсынады. Қазақтілді контент өндірісі мен таралымына қатысты ғылыми еңбектер аз болғандықтан, бұл зерттеу ақпараттың құндылығын арттыру жолдарын, маркетингтік әдістер мен аудиториямен өзара әрекеттесу модельдерін кешенді түрде зерделеу

арқылы ғылыми нәтижелерге қол жеткізген. Зерттеу нәтижелері қазақ тілінде контент өндіретін блогерлерге, медиажобаларға, брендтерге және SMM мамандарына практикалық құрал болады және қазақтілді медиаконтенттің дамуына үлес қосады. Автор ұсынған контентті монетизациялау тетіктері мен маркетингтік стратегиялар цифрлық жобалардың тиімділігін арттыруға септігін тигізеді.

Зерттеудің негізгі жетістіктері:

- Инфономика ұғымы қазақтілді әлеуметтік медиакөністігі контекстінде алғаш рет кешенді түрде талданады. Ақпараттың экономикалық құндылығы, оны актив ретінде қарастыру, монетизациялау тетіктері отандық контент өндірушілер тәжірибесімен ұштастырылып сипатталады.
- Қазақтілді аудиторияның медиатұтыну мінез-құлқы мен психографиялық ерекшеліктері зерттеліп, тұтынушыға бейімделген маркетингтік стратегиялар үлгісі әзірленді.
- Цифрлық маркетинг пен инфономика тоғысындағы заманауи құралдар жүйеленіп, оларды қазақтілді медиажобаларға бейімдеп қолдану жолдары ұсынылады.
- Қазақтілді әлеуметтік медианың инфономикалық әлеуеті мен экономикалық әсері алғаш рет сандық және сапалық тұрғыдан бағаланады. Бұл зерттеу саладағы теориялық негіздерді толықтыра отырып, болашақ ғылыми ізденістерге ғылыми негіз болады.
- Осы диссертация аясында YouTube арнасында “Zhuldyz podcast” атты жасөспірімдердің жан-жақты дамуына ептігін тигізетін подкаст әзірленді. Подкаста мамандық таңдау, студенттердің оқуға, жатақханаға бейімделуі, дұрыс тамақтану, қаржыны басқару, кітапты қалай оқу керек т.б. маңызды тақырыптар қарастырылады.

3. Диссертацияда ұсынылған әрбір ғылыми нәтиженің (ереженің), тұжырымдар мен қорытындылардың негізділігі мен шынайылық деңгейі

Диссертациялық зерттеуде алынған нәтижелер мен ұсынылған тұжырымдар эмпирикалық деректерге, теориялық-методологиялық негізге және сандық-сапалық талдауларға негізделген. Автордың зерттеу барысында деректерді іріктеу, синтездеу, контент-талдау, сауалнама,

сұхбат, салыстырмалы талдау, кейс-стади, цифрлық аналитика құралдарын пайдалануы қорытындылар мен ғылыми нәтижелерді шынайы деректермен толықтырады.

- Автор инфономика ұғымының қазақтілді әлеуметтік медиа контексінде қолданылуын зерделеп, отандық және шетелдік зерттеушілер еңбектерін салыстырмалы түрде қарастырған. Қазіргі қазақтілді блогерлер мен медиа парақшалар кейстері арқылы контенттің экономикалық құндылығын көрсетеді.
- Қазақтілді аудиторияның медиатұтыну мінез-құлқын анықтау нәтижесі автор жүргізген сауалнама, тереңдетілген сұхбаттар және платформа метрикалары негізінде жүйеленген.
- Маркетингтік стратегиялар мен контентті монетизациялау модельдерін жаһандық цифрлық маркетинг тәжірибесімен салыстыра отырып, отандық контентке бейімдеген. Қазақтілді парақшалар сарапталып, стратегиялардың тиімділігі нақты деректермен расталады.
- Медиа нарықтағы коммерциялық табыс пен аудиториямен өзара әрекеттесу үлгілерін қалыптастыруда контент-талдау және платформа статистикасы (DAU, ER, reach, save, clickrate) арқылы жасалған аналитикаға сүйенген.

4. Жұмыстың ғылыми жаңашылдығы

1. Инфономика ұғымы қазақтілді әлеуметтік медиаконтекстінде тұңғыш рет кешенді түрде қарастырылды. Аталмыш ұғымның қазақ тілді ақпараттық кеңістіктегі практикалық қолданыс мүмкіндіктері теориялық тұрғыда негізделді.

2. Қазақтілді контент өндірушілердің цифрлық экономикаға қосқан үлесі мен медиа экожүйедегі рөлі ғылыми тұрғыдан сарапталды. Әлеуметтік желілердегі қазақтілді контенттің монетизация тетіктері мен маркетингтік стратегиялары отандық платформада алғаш рет нақты эмпирикалық деректер негізінде сипатталды. Инфономика қағидаттары мен маркетингтік құралдардың синтезі тұжырымдалып, цифрлық стратегиялар мен монетизация құралдары жүйеленді.

3. Қазақтілді аудиторияның медиатұтыну мінез-құлқы мен психографиялық ерекшеліктері анықталып, ақпаратты қабылдау және тұтыну модельдері ұсынылды. Бұл тың тұжырымдар контент өндіру мен

дистрибуция үдерісін мақсатты аудиторияға нақты бейімдеуге мүмкіндік береді.

4. Қазақ тіліндегі цифрлық контенттің экономикалық әлеуетін қарастырып, мемлекеттік тілдің цифрлық кеңістіктегі өміршендігіне қатысты тұжырымдар жасалды.

5. Алынған нәтижелердің ішкі үйлесімділігін бағалау

Диссертациялық зерттеу барысында алынған нәтижелердің ішкі үйлесімділігі сақталған. Зерттеу нәтижелері өзара логикалық байланыста, бірін-бірі толықтырып, ортақ ғылыми мақсатқа – қазақтілді әлеуметтік медиадағы инфономика мен маркетингтік стратегиялардың өзара ықпалдасуын жан-жақты сипаттауға бағытталған. Ғылыми нәтижелер мен тұжырымдар зерттеу талаптарына толық жауап береді, теориялық және сандық/сапалық деректер әдістемелік және мазмұндық тұрғыдан ұтымды үйлеседі.

Алынған нәтижелердің ішкі үйлесімділігі диссертацияның эмпирикалық базасымен (сауалнама, сұхбат, кейс-стади) расталған, бұл ғылыми нәтижелердің негізділігі мен тұтастығын арттырады. Осылайша, диссертациялық зерттеуде алынған барлық нәтижелер өзара қисынды, ғылыми құрылымға сәйкес келеді және қойылған мақсаттар мен міндеттерге толық жауап береді. Бұл зерттеудің ішкі логикалық үйлесімділігі мен ғылыми тұтастығын қамтамасыз етеді.

6. Алынған нәтижелердің өзекті мәселелерді, теориялық немесе қолданбалы міндеттерді шешуге бағытталғаны

Диссертациялық зерттеу барысында алынған нәтижелер медиакеңістіктегі үдерістерді теориялық тұрғыдан түсінуге және журналистика саласында тәжірибелік қолдануға бағытталған. Қазақтілді аудиторияның цифрлық контентті тұтыну мінез-құлқын жан-жақты талдауға бағытталған бұл зерттеу монетизация тетіктері, аудиториямен өзара әрекеттесу үлгілері және контент дистрибуциясы мәселелері бойынша практикалық қолданысқа негіз болады. Зерттеу нәтижелері жоғары оқу орындарына, журналистерге, PR-мамандарына, маркетингтік мамандарға, блогерлерге, қоғамдық ұйымдарға пайдалы болуы мүмкін.

7. Диссертацияның негізгі ережелері, нәтижелері, қорытындылары мен тұжырымдарының жариялануының толықтығын растау.

Диссертацияның қорытындылары ғылыми журналдарда жарияланып, ғылыми конференцияларда баяндалды. “The Impact of the Technological Boom on Traditional and Social Media in Kazakhstan” тақырыбындағы ғылыми мақала 2025 жылы Scopus мәліметтер базасына енетін “Studies in Media and Communication” журналында жарық көрді. Зерттеушінің ғылыми халықаралық конференцияларда 5, ҚР ҒЖЖБМ Ғылым және жоғары білім саласындағы сапаны қамтамасыз ету комитеті ұсынған басылымдарда 3 ғылыми мақалалары жарияланған.

8. Диссертация мазмұны мен рәсімдеуіндегі кемшіліктер.

Статистикалық деректерді қабылдауды жеңілдетіп, мәліметтерді визуализациялайтын графикалық элементтерді көбірек қолдану қажеттілігін айтуға болады. Дегенмен бұл кемшілік жұмыстың құнын түсірмейді.

9. Диссертацияның қойылатын талаптарға сәйкестігі.

Касымбекова Назира Муратбековнаның “Әлеуметтік желілердегі инфономика және маркетинг: стратегиясы, әдістері мен құралдары (қазақтілді жарияланымдар бойынша)” атты диссертациясы ғылыми зерттеулерге қойылатын талаптарға сай, журналистика саласына үлес қосатын, жоғары теориялық деңгейде орындалған зерттеу. Кейбір ескертулер мен ұсыныстарды ескере отырып, Касымбекова Назира Муратбековнаның “Әлеуметтік желілердегі инфономика және маркетинг: стратегиясы, әдістері мен құралдары (қазақтілді жарияланымдар бойынша)” атты докторлық диссертациясы жоғары ғылыми деңгейде дайындалған деп есептеймін және оны 8D03203 Халықаралық журналистика білім беру бағдарламасы бойынша философия докторы (PhD) ғылыми дәрежесін алу үшін қорғауға ұсынуға толықтай лайық деп санаймын.

Ғылыми кеңесші

Филол.ғ.д. Н.Т. Шыңғысова

