

ҒТАР 16.21.27

Ғылыми мақала

Ш.Қ. Әли*, Қ.Т. Мұхамади*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,**Алматы, Қазақстан**(E-mail: *shunabai03@mail.ru)***Қазақтілді интернет-ресурстардың функционалды-мазмұндық классификациясы**

Аңдатпа. Мақалада қазіргі цифрлық дәуірдегі қазақтілді интернет-ресурстардың мазмұндық және функционалдық типологиясы ғылыми тұрғыдан жан-жақты талданған. Зерттеудің өзектілігі интернет кеңістігінің тілдік қатынастың жаңа коммуникативтік алаңына айналуымен және қазақ тілінің цифрлық ортадағы қызмет етуінің жүйелі зерттелмеуімен айқындалады. Автор ақпараттық ресурс пен интернет-ресурс ұғымдарының аражігін ашып, олардың заңнамалық және теориялық анықтамаларына шолу жасайды. Мақалада отандық және шетелдік ғалымдардың (Я. Засурский, А. Калмыков, Л. Коханова, Х. Зинс және т.б.) классификациялық модельдері негізге алына отырып, Қазақстанның цифрлық медиа-ландшафтын сипаттайтын интеграциялық жіктеу тәсілі ұсынылған. Зерттеу барысында Kaznetтің төрт негізгі функционалдық тобы (ақпараттық-медиа, коммуникативтік, коммерциялық және білім беру ресурстары) бойынша ең ықпалды 40-қа жуық веб-ресурсқа мазмұндық талдау жасалған. Сонымен қатар пайдаланушылардың қатысу деңгейі (пассивті, активті, интерактивті) мен ресурстардың технологиялық құрылымы (статикалық, динамикалық, платформалық) жекелей қарастырылған. Зерттеу нәтижесінде қазақтілді интернет сегментінің құрылымдық ерекшеліктері айқындалып, ұлттық контенттің функционалдық мүмкіндіктерін кеңейтудің маңыздылығы дәйектелген. Бұл жұмыс филологиялық және медиа-лингвистикалық зерттеулер үшін маңызды эмпирикалық база болып табылады.

Түйін сөздер: интернет-ресурс, Kaznet, функционалды-мазмұндық жіктеу, қазақтілді контент, цифрлық коммуникация

DOI: <https://doi.org/10.71078/kwy5t932>

Түсті: 18.02.2026; Мақұлданды: 27.03.2026; Онлайн қолжетімді: 04.04.2026.

Кіріспе

Қазіргі цифрлық трансформация дәуірінде интернет кеңістігі тілдің қызмет етуінің дәстүрлі шекараларын кеңейтіп, жаңа коммуникативтік ортаға айналды. Табиғи тілдердің веб-ресурстар мен әлеуметтік платформалардағы белсенділігі лингвистикалық және филологиялық зерттеулердің жаңа нысандарын туындатты. Қазақ тілінің де цифрлық ортадағы қолданыс аясы жылдан жылға артып келеді, алайда қазақтілді интернет кеңістігінің (Kaznet) құрылымы, ондағы мәтіндердің мазмұндық бағыттары мен типологиялық ерекшеліктері әлі де болса ғылыми тұрғыдан жүйелі түрде зерделенбеген. Бұрынғы зерттеулер көбіне интернеттің техникалық немесе жалпы әлеуметтік аспектілерін қарастырса, оның мазмұндық-функционалдық жіктелісі мен тілдік ресурстардың жүйеленуі филология ғылымында кенже қалып отырған мәселе. Осы орайда, қазақтілді веб-ресурстарды мазмұндық ерекшеліктеріне қарай топтастыру – тілдің ақпараттық қоғамдағы ролін анықтау үшін теориялық және практикалық тұрғыдан өте маңызды. Осы орайда, жұмысымызға зерттеу нысаны ретінде қазіргі қазақтілді

интернет-ресурстардың жиынтығы алынды. Ал зерттеу пәні – аталған ресурстардың мазмұндық-типологиялық ерекшеліктері мен функционалдык жіктелу заңдылықтары. Мақаланың басты мақсаты – шетелдік және отандық ғылыми тұжырымдарды негізге ала отырып, қазақтілді интернет ресурстардың интеграциялық мазмұндық типологиясын жасау және олардың функционалдык бағыттарын айқындау. Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттер белгіленді: «интернет-ресурс» ұғымының теориялық-құқықтық негіздерін ашу; веб-ресурстарды жіктеудің халықаралық модельдерін талдау; Казнеттегі ең жоғары трафикке ие ресурстарды сұрыптап, оларды функционалдык топтарға бөлу.

Зерттеу әдістемесі

Жұмыс барысында жүйелі талдау, классификациялау, сипаттамалық және салыстырмалы-салғастырмалы әдістер қолданылды. Зерттеу деректерінің негізін *Similarweb* халықаралық аналитикалық платформасы мен *Zero.kz* ұлттық мониторинг жүйесінің 2025-2026 жылдардағы статистикалық мәліметтері құрайды. Тірек материал ретінде Казнеттің төрт бағыты бойынша (ақпараттық, коммуникативтік, коммерциялық, білім беру) сұрыпталған 40-қа жуық репрезентативті веб-ресурс алынды. Бұл деректердің сандық көрсеткіштері (трафик, аудитория қамтуы) мен сапалық мазмұны ұсынылып отырған тұжырымдардың дәлдігін қамтамасыз етеді.

Зерттеу үш кезеңнен тұрады: бірінші кезеңде интернет-ресурстардың типологиясына қатысты теориялық еңбектер мен заңнамалық база зерделенді; екінші кезеңде Казнет ресурстарына эмпирикалық талдау жүргізіліп, деректер іріктелді; үшінші кезеңде жинақталған мәліметтер интеграциялық модель негізінде қорытындыланып, практикалық ұсыныстар әзірленді.

Тақырыптың зерттелу дәрежесі

Қазіргі кезеңде интернет кеңістігі тілдің қызмет етуінің жаңа ортасына айналып отыр. Цифрлық коммуникацияның қарқынды дамуы нәтижесінде табиғи тілдер тек дәстүрлі мәтіндік ортада ғана емес, веб-ресурстар, әлеуметтік желілер, электрондық платформалар арқылы да кеңінен қолданылуда. Осы тұрғыдан алғанда интернет кеңістігі тілдің жаңа коммуникативтік алаңы ретінде қарастырылып, лингвистикалық және филологиялық зерттеулердің маңызды нысанына айналды. Қазақ тілі де цифрлық ортада белсенді қолданылып, қазақтілді интернет ресурстарының саны мен түрлері жылдан-жылға көбейіп келеді. Бұл үдеріс қазақ тілінің функционалдык мүмкіндіктерінің кеңеюін және оның ақпараттық қоғамдағы рөлінің артуын көрсетеді. Дегенмен қазақ тіліндегі интернет кеңістіктің құрылымы, ондағы мәтіндердің мазмұндық бағыттары мен типологиялық ерекшеліктері ғылыми тұрғыдан жүйелі түрде зерттелмеген. Филология ғылымында мәтін, дискурс және коммуникативтік кеңістік мәселелері маңызды орын алады. Алдымен лингвистика саласында «интернет ресурсы» ұғымы қалай қолданылатынына тоқталайық. Жаһандану заманының қазіргі кезеңінде ақпараттық ресурстардың құрамдас бөлігі ретінде интернет-ресурстарды қарастырылады. Интернет-технологиялардың дамуы, ақпаратты сақтау мен таратудың дәстүрлі формаларының өзгеруі «ақпараттық ресурс» терминінің «интернет-ресурс» контекстінде жиі аталуына алып келді. ҚР 2015 жылғы 24 қарашадағы «Ақпараттандыру туралы» Заңындағы «электрондық ақпараттық ресурстар» ұғымына мынадай түсініктеме берілген: «Электрондық-цифрлық нысанда жазылған және ақпараттық тасығышта, ақпараттандыру объектілерінде сақталатын ақпарат (мәтіндік, графикалық, аудиовизуалды немесе өзге де түрдегі ақпарат)». Демек, ақпараттық ресурс – интернет-ресурстың «ішкі мазмұны». Интернет-ресурстардың терминологиясы өте ауқымды, «интернет-ресурс» ұғымының әртүрлі анықтамаларын кездестіруге болады. Мысалы: «интернет ресурсы – Web серверлерде, PTP серверлерде және т.б. орналасқан интернеттің

ақпараттық материалдарының жиынтығына арналған ортақ атау» (Құсайынов, 2002: 456). ҚР 2015 жылғы қарашадағы «Ақпараттандыру туралы» Заңында нақты көрсетілген анықтамасында «интернет-ресурс – бірегей желілік адресі және (немесе) домендік аты бар және интернетте жұмыс істейтін аппараттық-бағдарламалық кешенде орналастырылған (мәтіндік, графикалық, аудиокөрінімді немесе өзге де түрдегі) ақпарат» деп нақты көрсетілген (ҚР «Ақпараттандыру туралы» Заңы, 2015). Интернет ресурстарын басқа ресурстардан айырықшалап тұратын басты ерекшеліктері мыналар:

- Пайдаланушылар ақпаратты тек оқып қоймай, іздеу механизмдері мен URL арқылы сұраныс жасап, кері байланыс орната алатын интерактивтілігі мен белсенділігі;
- Интернет ресурстары географиялық шектеусіз, тәулік бойы қолжетімді, провайдерлер арқылы деректерді дереу алуға мүмкіндік беретін қолжетімділігі;
- Ақпарат мәтін, сурет, аудио және видео форматтарында ұсынылады, сонымен қатар бір беттен екіншісіне гиперсілтемелер арқылы өтуге болатын гипермәтіндігі мен мультимедиалығы.
- Пайдаланушылардың сұранысынсыз-ақ, арнайы технологиялар арқылы ақпаратты автоматты түрде жаңартып отыру мүмкіндігі немесе динамикалығы;
- Әлеуметтік желілер, чаттар, форумдар, интернет-дүкендер және мемлекеттік ресурстар сияқты алуан түрлі форматтардың бірігетін әмбебаптығы.

Интернет ресурстары белгілі бір тақырыптық және функционалдық бағыт аясында жинақталады. Сондықтан қазақтілді веб-ресурстарды мазмұндық тұрғыдан жіктеу қазақ тілінің интернеттегі қолданыс аясын, оның ақпараттық және мәдени кеңістіктегі қызметін анықтауға мүмкіндік береді. Осыған байланысты мақалада қазақтілді интернет ресурстарды мазмұндық ерекшеліктеріне қарай топтастыру мәселесі қарастырылады. Зерттеу барысында интернет ресурстарды жіктеуге қатысты шетелдік және ресейлік ғалымдардың ғылыми тұжырымдары негізге алынып, қазақ тіліндегі веб-ресурстардың мазмұндық типологиясы ұсынылады.

Интернет ресурстарының жіктемесі туралы қазақ ғылымында зерттеулердің тапшылығына байланысты орыс ғалымдарының зерттеулеріне көбірек назар аудардық. И. Засурский былай дейді: «Желі нақты уақыт режиміндегі өзіндік баспа (самиздат) болып табылады, ол электронды және баспа БАҚ-тың ритуалды мазмұнынан жарық жылдарындай алға озып кетті» (Засурский, 2001: 103). Бұл пікір желілік кеңістіктің басты ерекшелігін – ақпаратты жариялау үдерісінің демократиялануын көрсетеді. Дәстүрлі баспа және электрондық бұқаралық ақпарат құралдарында ақпаратты жариялау белгілі бір редакциялық сүзгіден өтіп, институционалдық бақылау арқылы жүзеге асса, интернет кеңістігінде кез келген қолданушы ақпарат өндіруші және таратушы бола алады. Осы тұрғыдан алғанда интернет «самиздат» принципіне жақын келеді. Яғни желіде авторлар өз мәтіндерін, пікірлерін немесе ақпараттық материалдарын ешқандай делдалсыз тікелей аудиторияға ұсына алады. Сонымен қатар, интернеттің тағы бір маңызды ерекшелігі – ақпараттың нақты уақыт режимінде жарияланып, жедел таралуы. Бұл қасиет оны дәстүрлі баспасөз бен телевидение сияқты бұқаралық ақпарат құралдарынан айтарлықтай ерекшелендіреді. Осыған байланысты интернетті жаңа коммуникациялық арна ретінде зерттеу кезінде веб-ресурстарды жіктеу мәселесі өзекті бола түседі. А.Калмыков пен Л.Коханованың «Интернет-журналистика» еңбегі – осы зерттеу аясындағы басшылыққа алатын бірден-бір іргелі еңбек. Авторлар ұсынған классификация келесідей:

1. «Визитка» – компания мен көрсетілетін қызметтер туралы жалпы ақпаратты қамтитын қысқа, жинақы, нұсқа сайт.
2. Промоушн-сайт – жеке алынған тауардың немесе оқиғаның тікелей жарнамасы болып табылатын сайт.
3. Электрондық дүкен – тауарларды, қызметтерді интернет арқылы сатуға арналған

сайт. Әдетте, өнім каталогын, прайс-парақтарды және тапсырыс беру жүйесін қамтиды.

4. Ақпараттық сайт – белгілі бір пәндік сала бойынша толық ақпаратты қамтитын сайт. Мұндай типтегі сайттарда, әдетте, әртүрлі авторлардың көптеген мақалалары, сондай-ақ сауалнамалар, дауыс беру, таратылымдар (рассылка) сияқты қызметтер болады.

5. Портал – белгілі бір интернет-қоғамдастықты қалыптастыруға арналған ірі веб-ресурс. Портал көптеген әртүрлі сервистерді біріктіріп, клиенттерге тауар сатып алуға, серіктестерге ақпарат алмасуға мүмкіндік береді.

6. Корпоративтік өкілдік – компания қызметін автоматтандыруға негізделген сайт. Мұнда электрондық дүкен, тапсырыс жүйесі, коммуникациялық сервистер, электрондық құжат алмасу, онлайн режимдегі келіссөздер және т.б. кіруі мүмкін.

7. Кәсіпорынды басқару жүйесі – корпоративтік ақпараттық басқару жүйесіне интеграцияланған сайт (Калмыков, Коханова, 2005: 106-111). Бұл классификацияның негізі мазмұндық критерийге бағытталған. Мұндай біржақты көзқарас кезінде веб-сайттардың үлкен қабаттары, атап айтқанда – ойын-сауық сайттары назардан тыс қалады. М. Омелин кеңірек қамтуды ұсынады. Оның әзірлемесінде мазмұндық критерий өзгертілген (сайттарды ақпараттық, тақырыптық, корпоративтік, коммерциялық және бонустық деп жіктеу) және тағы екі критерий қосылған. Біріншісі – ресурстың өмір сүру мерзімі мен жаңару жиілігін ескеретін уақыт параметрі. Екіншісі – оқырман тарапынан коммуникативтік хабарлама ретіндегі сайтқа деген кері байланыс. Аудиториямен өзара әрекеттесу ұстанымдары, мазмұнды қалыптастыруға қатысу дәрежесі және кері байланыстың қарқындылығы бойынша ол сайттарды ақпараттық және интерактивті деп бөлуді ұсынады (Омелин, 2003:158).

Интернет-ресурстарды жүйелеу мәселесін зерттеген ғалымдардың бірі – Хайфа университетінің зерттеушісі Хайм Зинс. Оның еңбектерінде веб-порталдар мен интернет-каталогтардағы жіктеу схемаларының құрылымы мен қолданылу ерекшеліктері талданады. Зерттеуші интернет-ресурстарды ұйымдастыруда қолданылатын жіктеу тәсілдерінің біркелкі еместігін атап өтеді. Бұл айырмашылықтар көбіне терминологиялық қолданыстардан, санаттар санының әртүрлілігінен және жіктеу құрылымдарының ерекшеліктерінен көрінеді. Мұндай сәйкессіздіктердің басты себебі ретінде портал әзірлеушілерінің жіктеу модельдерінің теориялық негіздерін жеткілікті деңгейде ажырата алмауы деп көрсетіледі. Зерттеу нәтижесінде интернет-ресурстарды ұйымдастырудың сегіз негізгі жіктеу моделі анықталған. Оларды мазмұндық және формалық негіздерге сүйене отырып екі топқа бөлуге болады. Бірінші топқа мазмұнға негізделген модельдер жатады. Олардың қатарына тақырыптық модель, объектілік модель, қолданбалы модель, пайдаланушы моделі және орналасқан жер моделі кіреді. Тақырыптық модель интернет-ресурстарды олардың мазмұндық тақырыбына қарай жіктеуге негізделеді. Мысалы, білім, бизнес, денсаулық сақтау, спорт сияқты салалар бойынша топтастыру осы модельге жатады. Объектілік модельде ресурстар нақты нысандарға байланысты ұйымдастырылады, яғни қауымдастықтар, ұйымдар, музейлер немесе белгілі тұлғалар туралы ақпараттар жеке санаттарға біріктіріледі. Ал қолданбалы модель ресурстың атқаратын қызметіне немесе функциясына негізделеді. Мұндай жіктеуде интернеттегі чат қызметтері, электрондық сауда, саяхат қызметтері немесе іздеу жүйелері сияқты ресурстар жеке топтарға бөлінеді. Пайдаланушы моделінде ресурс белгілі бір аудиторияға бағытталып жіктеледі. Мысалы, балаларға арналған сайттар, кәсіби мамандарға арналған платформалар немесе әйелдер аудиториясына арналған ресурстар осы модель аясында қарастырылады. Орналасқан жер моделі интернет-ресурстарды географиялық немесе ұлттық тиістілігі бойынша жүйелейді. Бұл модельде ресурстар елдерге, аймақтарға немесе белгілі бір өңірлерге байланысты топтастырылады. Екінші топқа форматқа негізделген модельдер кіреді. Оларға анықтамалық модель,

медиа модель және тілдік модель жатады. Анықтамалық модельде ресурстар ақпарат көзінің түріне қарай жіктеледі, мысалы, сөздіктер, энциклопедиялар, карталар немесе анықтамалық басылымдар деген сияқты. Медиа модель ақпараттың берілу формасына негізделеді. Бұл жағдайда графикалық материалдар, суреттер, аудио немесе радио форматындағы ресурстар жеке топтар ретінде қарастырылады. Ал тілдік модель интернет-ресурстарды мәтіннің тіліне қарай жіктеуге мүмкіндік береді, яғни ағылшын, испан, қытай және басқа тілдердегі ресурстар белгілі бір тілдік категорияларға бөлінеді (Зинс, 2002: 20-28). Ғалымның зерттеуінде бірнеше ірі интернет-порталдардың жіктеу құрылымдары да салыстырмалы түрде талданған. Нәтижесінде көптеген порталдар бір ғана жіктеу моделіне сүйенбейтіндігі анықталған. Керісінше, ресурстарды тиімді ұйымдастыру үшін бірнеше модельдің біріктірілген түрде қолданылатыны байқалады. Әсіресе тақырыптық және анықтамалық модельдердің барлық порталдарда кеңінен пайдаланылуы олардың интернет-ресурстарды құрылымдаудағы әмбебап сипатын көрсетеді. Жалпы алғанда, бұл модель интернет ресурстарды тек мазмұнына қарай емес, бірнеше өлшем бойынша жүйелеуді ұсынады. Зимс интернет ресурстарды функционалдық қызметі, пайдаланушының қатысу деңгейі және технологиялық ерекшеліктері сияқты критерийлерге сүйене отырып жіктейді. Мысалы, функционалдық тұрғыдан ақпараттық, коммуникативтік, трансакциялық (электрондық сауда), білім беру және ойын-сауық ресурстары ажыратылады. Сонымен қатар пайдаланушының қатысу деңгейі де маңызды көрсеткіш ретінде қарастырылады: кейбір ресурстар тек ақпарат қабылдауға бағытталса, кейбіреулерінде пайдаланушы контент жасап, белсенді әрекет етеді немесе толық интерактивті қызметтерді пайдаланады. Бұл тәсіл интернеттің қазіргі динамикалық сипатын және цифрлық технологиялардың дамуын ескеруге мүмкіндік береді.

Интернет ресурстардың жіктелуі туралы ғылыми зерттеулерде әртүрлі типологиялық модельдер ұсынылған. Жоғарыда талданған зерттеушілердің еңбектерінде интернет кеңістігін жүйелеудің алғашқы теориялық негіздері қалыптасты. Атап айтқанда, интернет ресурстарды негізінен олардың функционалдық бағыты мен мазмұндық ерекшеліктеріне қарай жіктеуді ұсынады. Бұл зерттеушілердің еңбектерінде интернет кеңістігі ақпарат тарату, коммуникация орнату және электрондық қызмет көрсету ортасы ретінде қарастырылады. Осыған сәйкес интернет ресурстар бірнеше негізгі топтарға бөлінеді: ақпараттық ресурстар, коммуникациялық ресурстар, коммерциялық ресурстар және білім беру ресурстары. Мұндай жіктеу интернеттің бастапқы даму кезеңіндегі веб-сайттардың құрылымына сәйкес келеді және интернеттің негізгі әлеуметтік функцияларын көрсетуге бағытталған.

Алайда бұл модельдердің жасалған уақыты интернет технологияларының қазіргі деңгейімен салыстырғанда ертерек кезеңге сәйкес келеді. Сол себепті оларда әлеуметтік желілердің кең таралуы, мобильді қосымшалардың дамуы, интерактивті платформалар мен жасанды интеллект негізіндегі қызметтер деген секілді мәселелер толық ескерілмеген. Сондықтан қазіргі интернет кеңістігінің күрделі құрылымын түсіндіру үшін жаңа, көпөлшемді классификациялық тәсілдер қажет.

Ресейлік зерттеушілер мен израильдік ғалымның интернет ғылыми тұжырымдарын салыстыра отырып, интернет ресурстарды жіктеудің жаңа интеграциялық тәсілін ұсынуға болады (1-сурет). Бұл тәсіл классикалық функционалдық жіктеуді сақтай отырып, оны қазіргі цифрлық ортаның ерекшеліктерімен толықтыруға негізделеді. Ұсынылып отырған модель интернет ресурстарды төрт негізгі өлшем бойынша жүйелеуді көздейді: функционалдық бағыт, пайдаланушының қатысу деңгейі, технологиялық құрылымы және мазмұндық сипаты.



Сурет 1. – Интернет-ресурстардың классификациясы

Бірінші өлшем – функционалды – мазмұндық бағыт. Бұл критерий Засурский мен Омелин еңбектеріндегі дәстүрлі жіктеуге сүйенеді. Осы негізде интернет ресурстар ақпараттық ресурстар, коммуникациялық ресурстар, коммерциялық немесе саудасаттық ресурстары, білім беру ресурстары, ойын-сауық ресурстары және сервистік ресурстар болып бөлінеді. Ақпараттық ресурстарға жаңалық сайттары, электрондық энциклопедиялар мен деректер базалары жатады. Коммуникациялық ресурстар пайдаланушылар арасындағы байланыс орнатуға арналған платформаларды қамтиды. Коммерциялық ресурстар электрондық сауда қызметін жүзеге асырады, ал білім беру ресурстары онлайн курстар, цифрлық кітапханалар және білім беру платформалары арқылы білім тарату қызметін атқарады.

Екінші өлшем – пайдаланушының қатысу деңгейі. Бұл критерий Зимс моделіне негізделеді. Осы тұрғыдан интернет ресурстар үш топқа бөлінеді: пассивті, активті және интерактивті. Пассивті ресурстарда пайдаланушы негізінен дайын ақпаратты қабылдайды. Активті ресурстарда пайдаланушы пікір жазу, материал жариялау немесе контент құру арқылы қатыса алады. Ал интерактивті ресурстарда пайдаланушы мен жүйе арасында күрделі өзара әрекет жүзеге асады, мысалы онлайн сервистер, виртуалды платформалар немесе цифрлық қызметтер.

Үшінші өлшем – технологиялық құрылым. Бұл өлшем интернет ресурстардың техникалық ерекшеліктерін сипаттайды. Мұнда статикалық веб-сайттар, динамикалық платформалар, мобильді қосымшалар, әлеуметтік желілер және жасанды интеллект негізіндегі жүйелер ажыратылады. Мұндай жіктеу интернет технологияларының эволюциясын және қазіргі цифрлық ортаның көпқабатты құрылымын көрсетуге мүмкіндік береді.

Ұсынылып отырған интеграциялық модель интернет ресурстарды бір ғана критерий бойынша емес, бірнеше өлшемнің қиылысуында қарастыруға мүмкіндік береді. Нәтижесінде интернет кеңістігінің күрделі құрылымы жан-жақты сипатталады және әрбір ресурс өзінің функционалды, технологиялық және мазмұндық ерекшеліктеріне қарай нақты типологиялық категорияға орналастырылады. Сонымен қатар бұл тәсіл цифрлық медианың жаңа формаларын, әлеуметтік желілерді және жасанды интеллектке негізделген сервистерді де жүйелі түрде талдауға мүмкіндік береді. Осылайша дәстүрлі функционалды жіктеу принциптерін дамыта келе интернет ресурстарды классификациялаудың жаңартылған ғылыми моделі қалыптастырылады. Бұл модель қазіргі цифрлық коммуникация жағдайында интернет кеңістігін зерттеуге, сондай-ақ қазақтілді интернет сегментінің құрылымын талдауға тиімді теориялық негіз бола алады.

Нәтижелер мен талқылаулар

Қазіргі кезеңде қазақтілді интернет кеңістігі (Казнет) құрылымдық жағынан күрделі әрі көпқырлы жүйе ретінде қалыптасып келеді. Интернеттегі қазақ тіліндегі контенттің көлемі артып, оның функционалдық мүмкіндіктері кеңейе түсті. Қазақтілді интернет ресурстары қоғамның ақпараттық, әлеуметтік, мәдени және экономикалық қажеттіліктерін қамтамасыз ететін маңызды цифрлық ортаға айналды. Қазақтілді интернет сегментінің құрылымын талдау барысында *Similarweb* халықаралық аналитикалық платформасы мен *Zero.kz* ұлттық мониторинг жүйесінің статистикалық мәліметтері мен мазмұндық ерекшеліктерін негізге ала отырып, интернет-ресурстарды функционалдық-мазмұндық тұрғыдан бірнеше негізгі топқа жіктеуге болады (*Similarweb*, 2026; *Zero.kz*, 2026).

Интернет-ресурстарды ғылыми тұрғыдан жіктеуде олардың функционалды-мазмұндық бағыты маңызды критерийлердің бірі болып саналады. Бұл тәсіл интернет кеңістігіндегі әрбір ресурстың қоғамдағы атқаратын қызметін, ақпарат таратудағы рөлін және пайдаланушылармен өзара әрекет ету ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік береді. Медиа зерттеуші Я.Н. Засурский интернетті қазіргі медиажүйенің жаңа деңгейі ретінде қарастырып, оның негізгі қызметтері ақпарат тарату, коммуникация орнату және әлеуметтік өзара әрекет кеңістігін қалыптастыру екенін атап көрсетеді (Засурский, 2003: 129). Сондықтан интернет ресурстарды функционалдық бағыты бойынша талдау олардың қоғамдық және мәдени маңызын түсіндіруде маңызды ғылыми әдіс болып табылады.

Ең алдымен, ақпараттық-медиа ресурстар қазақтілді интернет сегментінде кең таралған. Бұл топқа жаңалық таратуға бағытталған ақпараттық порталдар жатады. Мысалы, *Nur.kz*, *Tengrinews.kz*, *Zakon.kz*, *Informburo.kz*, *Stan.kz*, *Azattyq.org*, *Kazinform*, *Aikyn.kz*, *Adyrna.kz*, *Sn.kz* сияқты ең танымал әрі ықпалды 10 ақпараттық ресурс қоғамдағы саяси, әлеуметтік, мәдени және экономикалық жаңалықтарды жариялап, ақпарат тарату қызметін атқарады. Бұл таңдаманың репрезентативтілігі бірнеше объективті факторлармен негізделеді. Біріншіден, аталған порталдар *zero.kz* ұлттық рейтингінің көрсеткіштері бойынша еліміздегі ең жоғары трафикке ие, бұл олардың қоғамдық пікірді қалыптастырудағы доминантты рөлін айқындайды. Екіншіден, бұл сайттар нақты уақыт режимінде жұмыс істей отырып, ақпараттық күн тәртібін белгілейтін негізгі медиа-платформалар ретінде қарастырылады. Олардың мазмұндық құрылымы мемлекеттік, жекеменшік және халықаралық ақпараттық саясаттың түрлі векторларын қамтитындықтан, зерттеудің жан-жақтылығы мен объективтілігін қамтамасыз етеді. Сонымен қатар, таңдалған ресурстардың басым бөлігі қазақ және орыс тілдерінде теңдей контент ұсынатын конвергентті редакциялар болып саналады, бұл еліміздегі лингвистикалық және әлеуметтік медиа-ортаның ерекшеліктерін толық қамтуға мүмкіндік береді. Осылайша, аталған он ақпараттық сайт Қазақстанның қазіргі цифрлық медиа-ландшафтын сипаттайтын толыққанды репрезентативті модель бола алады және зерттеу нәтижелерінің ғылыми валидтілігіне кепілдік береді. Мұндай ресурстардың негізгі мақсаты – қоғамға жедел ақпарат жеткізу және қоғамдық пікір қалыптастыру. Осы тұрғыдан алғанда қазақтілді жаңалық порталдары ұлттық ақпараттық кеңістіктің маңызды элементіне айналып отыр.

Екінші маңызды категория – коммуникативтік ресурстар. Бұл топқа пайдаланушылардың пікір алмасуына және контент жасауына мүмкіндік беретін сайттар жатады. Қазақстанның цифрлық кеңістігіндегі коммуникациялық функцияны жүзеге асыратын ең танымал 10 ресурс *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp*, *Telegram*, *Facebook*, *YouTube*, *Threads*, *Vkontakte*, *LinkedIn* және *Reddit* таңдап алынды. Бұл платформаларды зерттеу нысанына алу интернеттің ақпараттық қана емес, әлеуметтік-коммуникативтік сипатын ашу үшін стратегиялық маңызға ие. Таңдалған ресурстар пайдаланушылардың өзара байланыс орнатуына, желілік қауымдастықтарға бірігуіне және интерактивті

ақпарат алмасуына мүмкіндік беретін негізгі медиа-алаңдар деуге болады. Атап айтқанда, *Instagram* және *TikTok* сияқты визуалды коммуникация құралдары мен *WhatsApp*, *Telegram* мессенджерлерінің репрезентативтілігі олардың еліміздегі қолданушылар санының ең жоғары көрсеткіштерімен дәлелденеді (DataReportal, 2025). Бұл ресурстар интернеттің географиялық және уақыттық шектеулерді жою функциясын айқын көрсете отырып, қазіргі қоғамдағы әлеуметтік қатынастардың жаңа желілік формаларын қалыптастырады. Сонымен қатар, *LinkedIn* сияқты кәсіби желілер мен *Reddit* тәрізді нишалық форумдардың таңдамаға енуі коммуникациялық ресурстардың функционалды әртүрлілігін, атап айтқанда, пайдаланушылардың мүдделер бойынша топтасу заңдылықтарын зерттеуге мүмкіндік береді. Осылайша, аталған он платформа Қазақстандағы интернет-коммуникацияның толық спектрін — жеке хабарлама алмасудан бастап, жаһандық деңгейдегі қоғамдық пікірталастарға дейінгі процестерді қамтитын репрезентативті модель ретінде қарастырылады. Бұл нысандарды кешенді талдау интернеттің коммуникациялық сипаты қазіргі қоғамда жаңа әлеуметтік байланыстарды конструкциялаушы басты фактор екенін ғылыми тұрғыдан дәйектейді.

Функционалды тұрғыдан үшінші топқа коммерциялық ресурстар жатады. Қазақстанның цифрлық нарығындағы ең жоғары экономикалық белсенділікті көрсететін 10 веб-ресурс *Kaspi.kz*, *Olx.kz*, *Wildberries.kz*, *Ozon.kz*, *Satu.kz*, *Market.kz*, *Flip.kz*, *Kolesa.kz*, *Krishna.kz* және *Halykmarket.kz* таңдап алынды. Бұл коммерциялық платформаларды іріктеу олардың ел экономикасындағы цифрлық трансформацияны жеделдетуші рөлімен негізделеді. *Similarweb* халықаралық аналитикалық жүйесінің 2026 жылғы деректері бойынша, аталған ресурстар «Электрондық коммерция және сауда» сегментінде ең көп трафик жинайтын және пайдаланушылардың сатып алу қабілеті ең жоғары шоғырланған алаңдар болып табылады.

Ғылымитұрғыданбұлресурстардызерттеуинтернеттіңэкономикалықфункциясының үш негізгі аспектісін ашуға мүмкіндік береді. Біріншіден, *Kaspi.kz* және *Wildberries* сияқты маркетплейстердің доминанттылығы дәстүрлі сауда модельдерінің экожүйелік деңгейге ауысқанын дәлелдейді. Мұндай платформалар тек тауар алмасу құралы емес, сонымен қатар қаржылық операциялар, логистика және маркетингтік коммуникациялар тоғысқан күрделі экономикалық жүйе ретінде қарастырылады. Екіншіден, *Olx.kz* және *Market.kz* сияқты классифайд ресурстарының репрезентативтілігі цифрлық нарықтың тұтынушыдан тұтынушыға сегментіндегі горизонтальды байланыстардың дамуын сипаттайды. Үшіншіден, *Kolesa.kz* және *Krishna.kz* сияқты мамандандырылған жарнама алаңдары интернеттің экономикалық қызметінің нишалық нарықтарды қалыптастырудағы және транзакциялық шығындарды азайтудағы тиімділігін көрсетеді. *Ranking.kz* зерттеулеріне сәйкес, бұл ресурстардың жиынтық тауар айналымы мен салықтық аударымдары Қазақстанның ЖІӨ құрылымындағы электрондық сауданың үлесін айқындайтын негізгі индикаторлар болып табылады (Ranking.kz, 2025).

Қазақстандағы мемлекеттік тілде білім беру мен ғылымды дамытуға бағытталған ең танымал 10 веб-ресурс *Kundelik.kz*, *BilimLand.kz*, *Daryn.online*, *Openi.kz*, *Kitap.kz*, *Adebiportal.kz*, *Kazneb.kz*, *Qazaq-grammar.kz*, *Varibar.kz* (білім бөлімі) және *Bilim-all.kz* іріктеп алынды. Бұл ресурстарды таңдау интернеттің білім беру функциясының ұлттық контентті қалыптастырудағы және оқу процесін ана тілінде цифрландырудағы маңызымен негізделеді. *Kundelik.kz* және *BilimLand.kz* сияқты порталдар орта білім беру жүйесін қазақ тіліндегі әдістемелік және мультимедиялық мазмұнмен қамтамасыз етудің басты құралына айналды. Сонымен қатар, *Openi.kz* (Қазақстанның ашық университеті) платформасының репрезентативтілігі жоғары білім мен әлемдік бестселлерлерді қазақ тіліне бейімдеу арқылы интеллектуалды коммуникацияның жаңа деңгейіне жол ашты. *Kitap.kz* және *Kazneb.kz* (Ұлттық электрондық кітапхана) сияқты цифрлық репозиторийлер интернеттің мәдени-ағартушылық функциясын атқарып, сирек кездесетін қолжазбалар

мен ғылыми еңбектерге қашықтан қол жеткізу мүмкіндігін туғызды. Аталған ресурстар оқу процесін цифрландырумен қатар, қазақ тілінің ғылыми-педагогикалық дискурстағы қолданыс аясын кеңейтуге және жаңа цифрлық педагогикалық технологияларды ұлттық контексте енгізуге мүмкіндік береді. Осылайша, таңдалған 10 қазақ тілді веб-ресурс еліміздегі білім беру жүйесінің трансформациясын және білімге қолжетімділікті арттырудың нысаны ретінде толыққанды эмпирикалық базаны құрайды.

Зерттеу барысында қарастырылған қазақ тілді білім беру ресурстарының тиімділігі заманауи педагогикалық зерттеулермен де қуатталады. Мәселен, «Білімді цифрландыру – уақыт талабы» атты мақалада атап көрсетілгендей, цифрлық ресурстарды оқу процесіне жүйелі енгізу білім алушылардың оқу мотивациясын арттырып қана қоймай, теориялық білімді практикада қолдану мүмкіндігін 20%-ға дейін жақсартады («Егемен Қазақстан», 2023). Сонымен қатар, отандық зерттеушілердің пікірінше, *BilimLand* немесе *Daryn.online* сияқты платформалардың интерактивті мультимедиялық өнімдері дидактикалық мақсаттарға жедел жетудің және ақпараттық білім беру ортасына қызығушылықты тудырудың негізгі факторы болып табылады. Бұл интернет-ресурстардың тек ақпарат көзі емес, сонымен бірге педагогтар мен студенттердің кәсіби өзін-өзі дамытуына арналған әмбебап құрал екендігін ғылыми тұрғыдан дәйектейді.

Интернет-ресурстарды зерттеуде маңызды критерийлердің бірі – пайдаланушының қатысу деңгейі. Бұл көрсеткіш интернет кеңістігіндегі коммуникациялық процестің сипатын және пайдаланушылардың контентті тұтынушы немесе өндіруші ретінде атқаратын рөлін анықтауға мүмкіндік береді. Қазіргі медиа зерттеулерде интернет аудиториясы тек ақпарат қабылдаушы емес, сонымен қатар ақпарат өндіруші ретінде қарастырылады. Жаңа медиа ортасының басты ерекшелігі – пайдаланушылардың контент жасауға, пікір білдіруге және ақпарат алмасуға белсенді қатысуы. Ғылыми зерттеулерде пайдаланушылардың интернеттегі қатысу деңгейі көбінесе пассивті, активті және интерактивті қатысу түрлері арқылы сипатталады (Rivera, Cox, 2016).

Интернет қауымдастықтарын зерттеген бірқатар эмпирикалық зерттеулер пайдаланушылардың көпшілігі контентті тек бақылаушы ретінде тұтынатынын көрсетеді. Бұл құбылыс ғылыми әдебиеттерде “қатысу теңсіздігі” немесе 90–9–1 қағидасы ретінде белгілі. Аталған модель бойынша интернет қауымдастықтарының шамамен 90%-ы тек ақпаратты оқитын немесе қарайтын пассивті пайдаланушылар, 9%-ы пікір жазып немесе контентті өңдейтін жартылай белсенді қатысушылар, ал 1%-ы жаңа контент жасайтын белсенді авторлар болып табылады (Nielsen, 2006). Бұл модель көптеген онлайн қауымдастықтар мен цифрлық платформаларда байқалатын әлеуметтік-коммуникациялық заңдылық ретінде қарастырылады.

Қазақтілді интернет сегментін талдағанда да пайдаланушылардың қатысу деңгейі осы жалпы заңдылыққа сәйкес келетінін байқауға болады. Мысалы, *Nur.kz*, *Tengrinews.kz*, *Zakon.kz* сияқты ақпараттық порталдарда пайдаланушылардың негізгі бөлігі жаңалықтарды оқумен ғана шектеледі. Бұл сайттарда аудиторияның басым бөлігі пассивті пайдаланушылар болып табылады. Олар мақалаларды оқып, кейде әлеуметтік желілер арқылы бөліскенімен, көп жағдайда контент жасау процесіне қатыспайды. Ғылыми әдебиеттерде мұндай пайдаланушылар «lurker» немесе бақылаушы аудитория деп аталады. Олар онлайн қауымдастықтағы ең үлкен топты құрайды және ақпаратты тұтынушы ретінде әрекет етеді (Takahashi et al., 2003).

Екінші деңгей – актив пайдаланушылар. Бұл топқа пікір қалдыру, талқылауға қатысу немесе шағын контент жасау арқылы сайттағы коммуникациялық процестерге қатысатын қолданушылар жатады. Қазақтілді интернет кеңістігінде мұндай қатысу деңгейі көбінесе блог-платформалар мен жастар порталдарында байқалады. Мысалы, *Massaget.kz*, *Baribar.kz*, *Yvision.kz* сияқты сайттарда қолданушылар мақалалар жариялап, пікір жазып, түрлі тақырыптарды талқылауға қатыса алады. Бұл платформалар пайдаланушылардың

контент жасау белсенділігін арттыру арқылы интернеттің интерактивті сипатын күшейтеді. Зерттеулер көрсеткендей, пайдаланушылардың белсенді қатысуы онлайн қауымдастықтардың тұрақты дамуы мен ақпарат алмасу тиімділігін арттырады (Wang et al., 2013).

Үшінші деңгей – интерактивті қатысу. Бұл жағдайда пайдаланушы тек пікір жазумен шектелмей, платформамен күрделі өзара әрекет жасайды. Мысалы, онлайн-сұрақ-жауап сервистері немесе білім беру платформалары пайдаланушылардың бірлескен білім қалыптастыруына мүмкіндік береді. Қазақтілді интернет кеңістігінде мұндай қатысу формасын *Surak-zhauap.kz* немесе түрлі білім беру порталдарынан байқауға болады. Мұндай платформаларда пайдаланушылар сұрақ қойып, жауап беріп, бірлескен білім базасын қалыптастырады.

Жалпы алғанда, қазақтілді интернет ресурстардағы пайдаланушы қатысуының құрылымы үш негізгі деңгейден тұратынын көруге болады: пассивті аудитория (ақпарат тұтынушылар), актив қатысушылар (пікір білдірушілер мен контент редакторлары) және интерактивті пайдаланушылар (контент жасаушылар мен қауымдастық мүшелері). Бұл құрылым интернеттің дәстүрлі медиадан айырмашылығын айқындайды. Егер дәстүрлі медиада аудитория негізінен пассивті қабылдаушы болса, интернет ортасында пайдаланушылар ақпарат өндіру мен тарату процесінің тікелей қатысушысына айналады. Сондықтан пайдаланушының қатысу деңгейі интернет ресурстардың коммуникативтік табиғатын түсіндіретін маңызды ғылыми критерий болып табылады.

Интернет-ресурстарды жіктеудің маңызды критерийлерінің бірі – олардың технологиялық құрылымы. Бұл критерий веб-ресурстардың қандай техникалық платформада жұмыс істейтінін, қандай бағдарламалық жүйелерді қолданатынын және пайдаланушы мен жүйе арасындағы өзара әрекеттің қандай деңгейде жүзеге асатынын анықтауға мүмкіндік береді. Қазіргі цифрлық медианы зерттеген ғалымдар интернет кеңістігіндегі ресурстардың технологиялық құрылымы олардың функционалды мүмкіндіктеріне, пайдаланушы қатысу деңгейіне және ақпарат тарату жылдамдығына тікелей әсер ететінін атап көрсетеді (Castells, 2001). Сондықтан интернет-ресурстарды технологиялық тұрғыдан талдау цифрлық медианың даму динамикасын түсінуде маңызды ғылыми тәсілдердің бірі болып саналады.

Ғылыми әдебиеттерде интернет-ресурстардың технологиялық құрылымы әдетте статикалық веб-сайттар, динамикалық веб-платформалар және интерактивті немесе платформалық сервистер сияқты бірнеше негізгі категорияларға бөлінеді (Flew, 2008). Қазақтілді интернет кеңістігіндегі сайттарды талдау барысында да осы технологиялық модельдердің қолданылатыны байқалады.

Бірінші категория – статикалық веб-ресурстар. Мұндай сайттар қарапайым HTML-құрылымына негізделеді және олардың мазмұны сирек жаңартылады. Статикалық сайттарда пайдаланушы тек дайын ақпаратты оқиды, ал интерактивті функциялар өте шектеулі болады. Қазақтілді интернет кеңістігінде мұндай сайттардың үлесі қазіргі кезде салыстырмалы түрде азайғанымен, кейбір мекемелердің ресми сайттары немесе шағын ақпараттық порталдар әлі де осы технологиялық құрылымды қолданады. Зерттеушілердің пікірінше, интернеттің бастапқы даму кезеңінде статикалық сайттар негізгі веб-ресурс түрі болған, алайда цифрлық технологиялардың дамуы нәтижесінде олардың орнына динамикалық платформалар кең тарала бастады (Засурский, 2001).

Екінші категория – динамикалық веб-платформалар. Бұл сайттар арнайы контент басқару жүйелері (CMS) арқылы жұмыс істейді және ақпарат үнемі жаңартылып отырады. Динамикалық сайттардың басты ерекшелігі – деректер базасымен жұмыс істеуі және пайдаланушылардың контентпен өзара әрекет етуіне мүмкіндік беруі. Қазақтілді интернет кеңістігінде жаңалық порталдарының көпшілігі осы технологиялық модельге негізделген. Мысалы, *Nur.kz*, *Tengrinews.kz*, *Informburo.kz*, *Kazinform.kz* сияқты

сайттар жаңалықтарды тұрақты түрде жариялап, мультимедиалық контент (бейне, инфографика, фото) қолданады. Мұндай сайттар қазіргі медиакеңістіктегі негізгі ақпарат тарату платформалары болып саналады. Зерттеулер көрсеткендей, динамикалық веб-платформалар ақпаратты жедел жаңарту және аудиториямен байланыс орнату мүмкіндігі арқылы цифрлық медианың негізгі формасына айналды.

Үшінші категория – интерактивті платформалар мен сервистер. Бұл типке пайдаланушылардың белсенді әрекетіне негізделген веб-ресурстар жатады. Мұндай сайттарда пайдаланушылар тек ақпарат тұтынушы ғана емес, сонымен қатар контент жасаушы немесе қызмет пайдаланушы ретінде әрекет етеді. Қазақтілді интернет кеңістігінде бұл модель блог-платформалар мен онлайн қызмет көрсету сайттарында кеңінен қолданылады. Мысалы, *Massaget.kz*, *Baribar.kz*, *Yvision.kz* сияқты платформаларда пайдаланушылар мақалалар жариялап, пікір жазып, талқылауларға қатыса алады. Сонымен қатар *Kolesa.kz*, *Krishna.kz* сияқты платформалар интерактивті іздеу жүйесі мен деректер базасы арқылы пайдаланушыларға қызмет көрсету мүмкіндігін ұсынады. Мұндай сервистер цифрлық экономиканың дамуына ықпал етіп, интернеттің тек ақпараттық емес, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық платформаға айналғанын көрсетеді.

Қазіргі кезеңде интернет-ресурстардың технологиялық құрылымы одан әрі күрделене түсуде. Мобильді қосымшалар, мультимедиалық платформалар және жасанды интеллект элементтері веб-ресурстардың функционалдық мүмкіндіктерін кеңейтіп отыр. Ғалымдардың пікірінше, интернеттің технологиялық эволюциясы веб-ресурстардың құрылымын өзгертіп, оларды көпфункционалды цифрлық экожүйеге айналдырды.

Қазақтілді интернет кеңістігіндегі сайттарды технологиялық тұрғыдан талдау олардың басым бөлігі динамикалық платформаларға негізделгенін көрсетеді. Сонымен қатар интерактивті сервис элементтері де біртіндеп кең таралып келеді. Бұл үрдіс қазақ тіліндегі цифрлық контенттің дамуымен және интернет аудиториясының белсенділігінің артуымен тығыз байланысты. Осылайша интернет-ресурстарды технологиялық құрылымы бойынша талдау цифрлық медианың даму деңгейін анықтауға және ұлттық интернет кеңістігінің ерекшеліктерін түсіндіруге мүмкіндік береді.

Қорытынды

Зерттеу барысында қазіргі қазақтілді интернет кеңістігінің функционалдық-мазмұндық құрылымына жасалған кешенді талдау бірқатар маңызды әрі жүйелі ғылыми тұрғыдағы қорытындылар жасауға мүмкіндік береді. Ең алдымен, интернет ресурстары қазіргі таңда қазақ тілінің тек ақпараттық қана емес, сонымен бірге лингвистикалық, әлеуметтік-экономикалық және интеллектуалдық потенциалын толыққанды жүзеге асыратын негізгі коммуникативтік платформасына айналғаны толық айқындалды. Қазақтілді веб-ресурстарды ақпараттық, коммуникативтік, коммерциялық және білім беру топтарына жіктеу арқылы ұлттық сегменттің, яғни Казнеттің институционалдық қалыптасу кезеңінен өтіп, бүгінде күрделі цифрлық экожүйе деңгейіне көтерілгені ғылыми тұрғыдан дәйектелді.

Жұмыс нәтижесі көрсеткендей, қазақтілді интернет сегментіндегі ақпараттық-медиа ресурстар қоғамдық пікірді қалыптастырудың негізгі тетігіне айналса, коммерциялық платформалардың қарқынды дамуы мемлекеттік тілдің экономикалық прагматикасын айтарлықтай арттырды. Бұл үдерістер қазақ тілінің цифрлық ортадағы функционалдық өміршеңдігі мен бейімделгіштігін айқын көрсетеді. Дегенмен, пайдаланушылардың қатысу деңгейін талдау барысында әлемдік желіге тән «қатысу теңсіздігі» заңдылығының Казнетте де айқын сақталып отырғаны байқалды. Пассивті аудиторияның басымдылығы қазақтілді контентті өздігінен өндіруші авторлар мен интерактивті қатысушылардың

үлесін алдағы уақытта мемлекеттік және қоғамдық деңгейде арттыру қажеттілігін туындатады. Технологиялық тұрғыдан алғанда, отандық ресурстар статикалық модельдерден динамикалық платформаларға толықтай көшкенімен, жасанды интеллект пен үлкен деректерге негізделген күрделі технологиялық шешімдердің қазақ тілді сегментте әлі де болса аздығы зерттеудің маңызды түйіні ретінде көрініс тапты.

Зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, болашақта қазақтілді интернет кеңістігін дамыту үшін интеллектуалдық контентті тереңдету мен білім беру ресурстарын тек ақпарат қоймасы емес, интерактивті білім хабтарына айналдырудың маңызы зор. Сонымен қатар, қазақ тілді ресурстарға жасанды интеллект элементтерін, атап айтқанда нейрожелілер мен автоматты мазмұн талдау жүйелерін енгізу арқылы пайдаланушылардың интерактивті қатысу мүмкіндігін кеңейту қажет. Бұл бағытта филология ғылымында желілік кеңістіктегі тілдік нормаларды зерттейтін интернет-лингвистика саласын жеке пән ретінде дамыту өзекті мәселе болып табылады. Қорыта айтқанда, қазақтілді интернет ресурстарының типологиялық ерекшеліктерін жүйелеу тілдің цифрлық болашағын стратегиялық жоспарлаудың негізгі алғышарты болып саналады. Осы мақалада ұсынылған интеграциялық жіктеу моделі алдағы уақытта жаңа медиа-дискурстарды, әлеуметтік желілердегі лингвистикалық трансформацияларды және интернет-коммуникацияның жаңа формаларын зерттеуге нық теориялық негіз бола алады. Мұндай ғылыми ізденістер қазақ тілінің жаһандық цифрлық кеңістіктегі бәсекеге қабілеттілігін нығайтуға және ұлттық контенттің сапалық деңгейін жаңа сатыға көтеруге тікелей септігін тигізеді.

Әдебиеттер тізімі

- Егемен Қазақстан. (2023). Білімді цифрландыру – уақыт талабы. <https://egemen.kz/article/341502-bilimdi-tsifrlandyru---uaqyt-talaby> (қаралған күні: 17.03.2026).
- Засурский, И. И. (2003). Интернет как среда массовой коммуникации и новые формы медиапространства. В: *Масс-медиа второй республики*. Москва: МГУ.
- Засурский, И. И. (2004). *Интернет как новая медиасреда*. Москва: Издательство Московского университета.
- Засурский, Я. Н. (2001). *Интернет и журналистика*. Москва: Аспект Пресс.
- Калмыков, А. А., & Коханова, Л. А. (2005). *Интернет-журналистика*. Москва: ЮНИТИ.
- Қазақстан Республикасының Заңы. (2015, 24 қараша). Ақпараттандыру туралы № 418-V ҚРЗ. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000418> (қаралған күні: 22.03.2026).
- Құсайынов, А. Қ. (2002). *Қазақ тілі терминдерінің салалық ғылыми түсіндірме сөздігі*. Алматы: Мектеп.
- Омелин, М. В. (2003). *Типология интернет-ресурсов*. Москва.
- Castells, M. (2001). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford: Oxford University Press.
- DataReportal. (2025). Digital 2025: Kazakhstan. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-kazakhstan> (қаралған күні: 17.03.2026).
- Flew, T. (2008). *New media: An introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Nielsen, J. (2006). *Participation inequality: The 90–9–1 rule for online communities*.
- Ranking.kz (2025). Қазақстандағы электрондық сауда нарығы: негізгі трендтер мен көрсеткіштер. <https://ranking.kz/reviews/promyshlennost/gynok-elektronnoj-torgovli-v-rk-itogi-goda.html> (қаралған күні: 17.03.2026).
- Rivera, G., & Cox, A. (2016). Practice-based approach to understanding participation in online communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Similarweb (2026). Website traffic and performance analytics. <https://www.similarweb.com>

com (қаралған күні: 17.03.2026).

Takahashi, M., Fujimoto, M., & Yamasaki, N. (2003). Lurkers and participation in online communities. In *Proceedings of the ACM SIGGROUП Conference*.

Wang, X., Yu, C., & Wei, Y. (2013). Social media peer communication and impacts on user participation. *Information & Management*.

Zero.kz (2026). Интернет-ресурстар рейтингі және статистикалық мониторинг жүйесі. <https://zero.kz> (қаралған күні: 17.03.2026).

Zins, H. (2002). Models for classifying Internet resources. *Knowledge Organization*, 29(1), 20–28.

References

Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business, and society*. Oxford: Oxford University Press.

DataReportal. (2025). Digital 2025: Kazakhstan. Retrieved March 17, 2026, from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-kazakhstan>

Egemen Kazakhstan. (2023). Digitalization of education as a requirement of time. Retrieved March 17, 2026, from <https://egemen.kz/article/341502-bilimdi-tsifrlandyru--uaqyt-talaby>

Flew, T. (2008). *New media: An introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Kalmykov, A. A., & Kokhanova, L. A. (2005). *Internet journalism*. Moscow: UNITY.

Kussayinov, A. K. (2002). *Sectoral scientific explanatory dictionary of Kazakh language terms*. Almaty: Mektep.

Law of the Republic of Kazakhstan. (2015, November 24). On informatization (No. 418-V). Retrieved March 22, 2026, from <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000418>

Nielsen, J. (2006). *Participation inequality: The 90-9-1 rule for online communities*.

Omelin, M. V. (2003). *Typology of internet resources*. Moscow.

Ranking.kz (2025). E-commerce market in Kazakhstan: Key trends and indicators. Retrieved March 17, 2026, from <https://ranking.kz/reviews/promyshlennost/rynok-elektronnoj-torgovli-v-rk-itogi-goda.html>

Rivera, G., & Cox, A. (2016). Practice-based approach to understanding participation in online communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*.

Similarweb (2026). Website traffic and performance analytics. Retrieved March 17, 2026, from <https://www.similarweb.com>

Takahashi, M., Fujimoto, M., & Yamasaki, N. (2003). Lurkers and participation in online communities. In *Proceedings of the ACM SIGGROUП Conference*.

Wang, X., Yu, C., & Wei, Y. (2013). Social media peer communication and its impact on user participation. *Information & Management*.

Zasursky, I. I. (2003). Internet as a medium of mass communication and new forms of media space. In *Mass media of the second republic*. Moscow: MSU.

Zasursky, I. I. (2004). *Internet as a new media environment*. Moscow: Moscow University Press.

Zasursky, Y. N. (2001). *Internet and journalism*. Moscow: Aspect Press.

Zero.kz (2026). Internet resource rating and statistical monitoring system. Retrieved March 17, 2026, from <https://zero.kz>

Zins, H. (2002). Models for classifying internet resources. *Knowledge Organization*, 29(1), 20–28.

Sh.K. Ali, K.T. Mukhamadi

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

(E-mail: shunabai03@mail.ru)

Functional and Content-Based Classification of Kazakh-Language Internet Resources

Abstract. The article provides a comprehensive scientific analysis of the content and functional typology of Kazakh-language internet resources in the context of the modern digital era. The relevance of the study is determined by the fact that the internet space has become a new communicative platform for linguistic interaction, while the functioning of the Kazakh language in the digital environment has not yet been systematically studied. The author differentiates the concepts of information resource and internet resource and reviews their legal and theoretical definitions. Based on the classification models proposed by both domestic and foreign scholars (Ya. Zasursky, A. Kalmykov, L. Kokhanova, H. Zins, etc.), the article proposes an integrative classification approach that characterizes Kazakhstan's digital media landscape.

During the research, a content analysis of about 40 of the most influential web resources of Kaznet was conducted based on data from the analytical platforms Similarweb and Zero.kz, within four main functional groups (information-media, communicative, commercial, and educational resources). In addition, the level of user participation (passive, active, interactive) and the technological structure of resources (static, dynamic, and platform-based) were examined separately. The results of the study reveal the structural characteristics of the Kazakh-language internet segment and substantiate the importance of expanding the functional potential of national content. This work serves as an important empirical basis for philological and media-linguistic research.

Keywords: internet resource, Kaznet, functional-content classification, Kazakh-language content, digital communication.

Ш.К. Али, К.Т. Мухамади

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

(E-mail: shunabai03@mail.ru)

Классификация казахскоязычных интернет-ресурсов по функционально-содержательному признаку

Аннотация. В статье всесторонне анализируется содержательная и функциональная типология казахскоязычных интернет-ресурсов в условиях современной цифровой эпохи. Актуальность исследования определяется тем, что интернет-пространство становится новой коммуникативной площадкой языкового взаимодействия, а функционирование казахского языка в цифровой среде до сих пор недостаточно изучено системно. Автор разграничивает понятия информационного ресурса и интернет-ресурса, а также рассматривает их законодательные и теоретические определения. В статье на основе классификационных моделей отечественных и зарубежных ученых (Я. Засурский, А. Калмыков, Л. Коханова, Х. Зинс и др.) предлагается интеграционный подход к классификации, характеризующий цифровой медиаландшафт Казахстана.

В ходе исследования на основе данных аналитических платформ Similarweb и Zero.kz проведён содержательный анализ около 40 наиболее влиятельных веб-ресурсов Казнета по четырём основным функциональным группам (информационно-медийные, коммуникативные, коммерческие и образовательные ресурсы). Кроме того, отдельно рассмотрены уровень участия пользователей (пассивный, активный, интерактивный) и технологическая структура ресурсов (статическая, динамическая, платформенная).

В результате исследования выявлены структурные особенности казахскоязычного интернет-сегмента и обоснована важность расширения функциональных возможностей национального контента. Данная работа представляет собой значимую эмпирическую базу для филологических и медиалингвистических исследований.

Ключевые слова: интернет-ресурс, Казнет, функционально-содержательная классификация, казахскоязычный контент, цифровая коммуникация.

Авторлар туралы мәлімет:

Әли Ш.Қ. – 7M02326 – *Цифрлық қазақ тілі* мамандығының магистранты, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Мұхамеди Қ.Т. – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9639-2938>

Information about authors:

Ali Sh.K. – Master's student of the specialty 7M02326 – *Digital Kazakh Language*, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Mukhamadi K.T. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9639-2938>

Сведения об авторах:

Али Ш.К. – магистрант специальности 7M02326 – *Цифровой казахский язык*, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Мухамеди К.Т. – кандидат филологических наук, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9639-2938>



Бұл жұмыс Creative Commons Attribution-Коммерциялық Емес 4.0 Халықаралық лицензиясы бойынша лицензияланған.
This work is licensed under Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License