



XFTAP 19.41.07

Қ. Б. Көбейсін, Г. Өзбекова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы  
E-mail: baunur1931@mail.ru, uezbekova.gulnar17@mail.ru

## Телехабарлардың әлеуметтік және мәдени аспектілерінің даму үрдістері

**Аңдатпа.** Кейінгі жылдары Қазақстан телеақпарат кеңістігіндегі бағдарламалардың әлеуметтік-мәдени аспектілерінің дамуы мен өзгерісі байқалады. Теледидардағы қазақтілді контенттің көбеюі мақсаттық аудитория мен тұрақты көрермен қалыптастыруға ықпал етті. Елде соңғы жылдары ұлттық мәдениетті, тіл мен тарихты дамытуға көп көңіл бөлініп жатыр, бұл телеарналардағы бағдарламалардан көрініс тауып келеді. Дегенмен, теледидарда, әсіресе көңіл-ашар бағытта әлі де болса шетелдік контент басымдыққа ие. Телебағдарламаларды зерттеу және оларды дамыту туралы жетекші мамандардың ғылыми еңбектерінің көбейгені оның трансформациясы мен өсуінің себебі.

Тағы бір тенденция – отандық телевизия саласында телеарналар санының артуы. Қазір Қазақстанда саны және сапасы жағынан бәсекеге түсе алатын телеарналар бар, бұл көрерменге кең таңдау жасауға мүмкіндік береді. Бүгінде көрермендер зорлық-зомбылықты немесе экстремизмді насихаттайтын үгіт-насихат материалдары мен контентті көбірек сынаиды. Сондықтан да мінез-құлық және тәрбиелік мәнге иелік ететін бағдарламалар көші алға шыққан. Бүгінгі күннің ең айқын әлеуметтік-мәдени үрдістерінің бірі – онлайн-телевизияның дамуы. Интернет-теледидар танымалдылығы артып, дәстүрлі телевизияда, соның ішінде телебағдарламалардың әлеуметтік-мәдени аспектілеріне айтарлықтай өзгерістерге әкелді.

Жалпы, Қазақстандағы телебағдарламалардың әлеуметтік-мәдени аспектілерінің тенденциялары мен трансформациялары елдегі телеарналардың қазіргі және болашақтағы даму бағытын айқындайды.

**Түйін сөздер:** Телевизия, телебағдарлама, әлеуметтік мәселе, мәдени бағдарлама, телевизия үрдісі, ақпараттық трансформация.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2023-144-3-133-139>

**Кіріспе.** БАҚ – ұлттың айнасы, теледидар – тәрбие құралы. Кез келген отбасы баспадан жарияланған мақаланы оқи бермейді, десе де әр үйдің төрінде теледидар бар. Ал статистикаға сүйенсек, Қазақстанның әр азаматы орташа есеппен күніне үш сағаттан – үш жарым сағатқа дейін теледидар экранының алдында отырады. Ақпараттың күнде жаңаруына әлемдегі түрлі оқиғалардың себеп болғаны секілді телевизияның да тенденция жолына түсуіне жаңарған қоғам сеп болады. Қазіргі телевизия саласын зерттеу арқылы телеарналардың өткені мен келешегін бірізді ғылыми айналымға енгізуге мүмкіндік береді. Тележурналистика ғылымының шебері, профессор, филология ғылымдарының докторы,

Қазақстан телерадиожурналистикасының негізін салушы – өмірінің бір қабатын тележоба құбылысын зерттеуге арнаған Марат Кәрібайұлы Барманқұлов телеарна туралы қызықты кітап жазып, телевизияны «Бүкіл әлем сіздің пәтеріңізде» деп атаған [1]. Бұл мәлімдемеге қарсылық білдіру мүмкін емес. Бір қызығы, 1950 жылы бүкіл әлемде тек үш елде теледидар болған, олар КСРО, АҚШ және Англия. Бірте-бірте теледидар дамып, барлық жерде тарай бастады.

**Зерттеудің мақсаты мен міндеттері.** Жұмыстың негізгі мақсаты телебағдарламалардың әлеуметтік-мәдени аспектілерінің тенденциялары мен трансформациясын зерттеу, теледидар өндірісіндегі өзгерістерге әсер ететін факторларды анықтау және қазіргі қоғамның дүниетанымының қалыптасуына телебағдарламалардың әсерін бағалау. Осы мақсатқа сәйкес шешімін табар мынадай міндеттер қойылып отыр:

– Телебағдарламаларды дамытудың негізгі тенденциялары мен бағыттарын зерттеу және сипаттау;

– Телебағдарламалар арқылы қазіргі қоғамның дүниетанымын қалыптастыратын әлеуметтік-мәдени контексттің негізгі элементтерін анықтау, сонымен қатар телехикаялардың, жарнамалық және ақпараттық бағдарламалардың көрермендердің мәдени-әлеуметтік тұрмысына әсерін талдау;

– Отандық беделді телеарналардағы бағдарламаларға шолу жасау, олардың әлеуметтік маңызы мен қоғамдық сипатына баға беру.

**Зерттеу жұмысының жаңалығы.** «Телехабарлардың әлеуметтік және мәдени аспектілерінің тенденциясы мен трансформациясы» тақырыбындағы зерттеу мақаласының ғылыми жаңалығы: «Айтуға оңай», «Бармысың бауырым», «Аялы алақан», «Шетелдегі қазақ балалары», «Көреміз» бағдарламаларының халықтық мәселелерді шешудегі орны ғылыми тұрғыдан сарапталды; қоғамдық-саяси, әлеуметтік тақырыптарды қозғайтын «Мәселе», «Ашық алаң» бағдарламаларының мән-маңызына ғылыми баға берілді; «Балапан» арнасының «Шеберхана», «Теңбіл доп» т.б балаларға арналған бағдарламаларының ұлт ұлдарының болашағын қалыптастырудағы рөлі айқындалды.

**Зерттеу әдісі.** Зерттеу процесінде талдау және салыстыру әдістері қолданылды. Телевизия қызметінің қоғамға әсерінен туындаған әлеуметтік-мәдени саладағы үрдістер мен өзгерістерді анықтау мақсатында отандық телеарналар мен телехабарлар зерттелді.

**Талқылау.** С. Барлыбаеваның «Телевизионная журналистика» [2] кітабында жаһандану дәуіріндегі бұқаралық коммуникацияның негізгі құралдарының бірі – қазіргі телевизияның дамуының рөлі мен маңызы ашылады. Телевизияның ерекшелігі мен табиғаты да жан-жақты сипатталған. Кеңестік телеарвизияның тарихы, Қазақстандағы теледидардың дамуы, телехабар таратудың жаңа түрлері: кабельдік және спутниктік, цифрлық және интерактивті түрде көрсетіледі. Қазақ телевизия саласында қай заманда болсын өз ісінің майталмандары, мықты мамандар қызмет еткені рас. Қазақ телевизиясының алғашқы кезеңі жайлы С. Масғұтов: «1958 жылы телевизия Қазақстанда да пайда болды. Республика астанасы тұрғындары 8 мартта тұңғыш рет өз экрандарында Қазақ телевизиясының алғашқы дикторлары З. Жұматова мен Н. Омарованың дидарын көрді. Олар көпшілікті Алматыда телевизия хабарларының басталуымен, ал әйелдер қауымын мерекелерімен құттықтап, жылы лебіз білдірді. Содан соң «Үкімет мүшесі» атты көркем фильм көрсетілді», - дейді [3].

Сан қилы кезеңді бастан өткеріп, өзінің дара жолын салған телевизияның бүгінгі хәл-ахуалына көңіл бөлу, оны ғылыми тұрғыдан талдау өзекті тақырыптар қатарында. Ақпараттың анық жетуі және оның түсіндірілуі дұрыс болса, телеарнаның сапасы да мінсіз болары анық. Әлеуметтанулық зерттеулерге сәйкес, теледидар тәрбиелік әсердің күші бойынша жетекші орында. Адамзаттың бала кезден қалыптасып, қоғамға сіңісуіне тікелей әсер ететін фактордың бірі де осы көгілдір экран. Оның қазіргі таңдағы әлеуметтік-мәдени даму тенденциясын анықтау үшін телеарнадағы бағдарламаға шолу жасау қажет. Теледидарды одан әрі дамыту мен жетілдіру еліміздің қоғамдық-саяси, экономикалық және мәдени дамуына тікелей байланысты.

Бұқаралық ақпарат құралдары қоғам мен жеке адамды әлеуметтендіру құралына айналды. Жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологиялар қазақстандық қоғамның өміріне өзіндік түзетулер енгізді: кабельдік және спутниктік хабар тарату кеңейіп, интерактивті теледидар дамыды, елдегі оқиғалар туралы ақпараттың маңызды көзі ретінде электронды БАҚ-қа деген сенім артты. Қазақстан да әлемнің көптеген елдері сияқты 2015 жылы цифрлық хабар таратуға көшкен еді. Коммуникация процесін техникалық қамтамасыз етудегі түбегейлі өзгерістер бұқаралық коммуникацияның принципті жаңа құралдарының пайда болуына әкелді. Кеңейіп келе жатқан медиа кеңістігінде баспа, аналогтық радио және теледидар «ескі», дәстүрлі БАҚ ретінде қабылданады, цифрландыруға негізделген ақпаратты жеткізудің жаңа арналары «жаңа медиа» ретінде дамыды. Осы тұста қазақ телевизиясының әлі де топ жарып тұрғанын да айта кеткен жөн.

«Егемен Қазақстан» газетінің 2006 жылғы 6 қаңтарында жазушы Смағұл Елубай «Ел боламын десең, экраныңды түзе» атты мақаласында: «Бүгінде экран, әсіресе телеэкран адамзаттың негізгі ақпарат көзі. Газет, кітап ондаған, жүздеген мыңға жетпей шаршап-шалдығып жатса, заманауи экранның құлашы кең, ол ондаған, жүздеген миллионды бір-ақ қармайды. Демек, қазіргі ұлт үлкен экранды игермей, замана додасына төтеп бере алмақ емес. Тіден бастау алатын ұлттық санаға ие болғыңыз келсе, үлкен экранға ие болыңыз. Кино мен телеарнаға ие болыңыз. Экран - тарихты тірілтудің, тарихи сананы қалыптастырудың ең ғажайып құралы. Ұлтты таныстырудың, насихаттаудың теңдесіз құралы...», - деп жазған еді. [4]

Қазіргі таңда Қазақстанда 14 жерүсті телеарнасы, облыстық телеарналар және 40-қа жуық кабельдік операторлар бар. [5] Қазақстанның аумақтық ерекшеліктерін ескере отырып, теледидар әлі де ең танымал бұқаралық ақпарат құралы болып қала береді. Қазіргі әлемде теледидар қоғамды ақпараттандыруда, мәдени бірегейлікті тәрбиелеуде және қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Телебағдарламалар адамның өмір салты мен дүниетанымына ықпал етеді. Қазақстан да бұл құбылыстан тыс қалған жоқ. Соңғы уақытта Қазақстандағы телебағдарламалардың әлеуметтік-мәдени аспектілерінің тенденциялары мен трансформациясы белгілі бір өзгерістерге ұшырауда. Бір жағынан ұлттық мәдениеттің дамуына үлес қосып, әлемдік аренада танытатын қазақ телеарналары көбейіп келеді. Қазақ телеарналары бірте-бірте импорттық телебағдарламалардан бас тартып, жергілікті контент пайдасына көшті. Теледидардан жаңа телехикаялар, мультфильмдер, деректі фильмдер, т.б. табуға болады. TNS Gallup Media Asia [6] тәуелсіз зерттеу компаниясының бағалауы бойынша ең рейтингті бағдарламалар Қазақстан республикасының жетекші телеарналары деп көрсетіледі: «Бірінші арна «Еуразия», «КТК», «НТК», «31 арна», «Қазақстан», «Хабар». Телевизия және ақпарат нарығындағы бәсекелестіктің күшеюіне және көру бейімділігінің өзгеруіне байланысты қазақстандық телеарналар бағдарламалардың сапасы мен көрілімін арттыру үшін арнайы контенттік стратегия құрған. Әріге бармай ұлттың айнасы – «Qazaqstan» арнасының бірнеше бағдарламаларын тәлімдік, тәрбиелік тұрғыдан сараптап көрелік. «Қазақстан» телеарнасы ұлттық құндылық пен ұлттық сананы да жадынан шығармаған. Қазақ тілін үйренемін, сезінем деген жандарға ұсынуға болатын арна. Ұлттық арнаның қазақ тілінде сөйлеуі үшін қызмет істеген адамдар аз емес. Біз талдау жасау мақсатында қарастырған арнаның тереңде жатқан 65 жылдық тарихында қазақ тілінде қызмет атқарып келеді. Ұлттық код пен мәдениетті дамытудың алғышарттары тілден басталатынын ескерсек, бұл ұлт алдындағы борыштың өтелгендігі. Таңмен бірге оянатын «Таңшолпаннан» бастап арнада қоғамдық-саяси, әлеуметтік, ақпараттық-сараптамалық, студиялық, деректі фильм, мәдени, ойын-сауықтық бағдарламалар бар. Қазіргі таңда арнаның 14 аймақтық филиалы жұмыс істеп жатыр. Айта кететін жайт ұлттық телеарнаны тек қана еліміздің азаматтары емес, сонымен қатар шекаралас жатқан Қырғызстан, Өзбекстан секілді елдердің тұрғындары көре бастады. Телебағдарламалар арқылы ұлттық мәдениетті шетел жастарына көрсету туризм мен ішкі және сыртқы экономиканы жақсартуға көмегін тигізері хақ. Ұлттық арнаның рейтингі мен беделін асқақтатқан «Айтуға оңай» бағдарламасының өзі бір төбе. Дүниеден

өткен жүргізуші Бейсен Құранбек тізгіндеген бағдарлама бес жыл қатарынан үздіксіз қызмет атқарды. Қоғамда ашылмай жатқан түрлі шындықтардың бетін ашты. 2017 жылы өз қызметін тоқтатты. Қазіргі таңда оның альтернативті нұсқасы ретінде КТК арнасында «Көреміз» телебағдарламасы пайда болды. Бұл екі жобаны орыстардың «Наша правда» ток-шоуымен салыстырып көруге болады. Студиялық көрініс бірдей болғанымен қоғамға берер әсері мүлде басқа. Екі бағдарламаға бір атаулы тақырып ұсынып көрген жағдайда екі түрлі шешім мен әртүрлі көзқарас алуға болады. Өйткені құндылықтар қайшылығы болуы мүмкін. Бұл спикерлер мен жүргізушіге тікелей байланысты.

Қоғамдық-саяси, әлеуметтік тақырыптарды арқау етіп, елдің мұңын, халықтың жайын сөз қылған, аптаның бес күнінде Ерқанат Көпжасардың тізгіндеуімен эфирге шығатын «Ашық алаң» бағдарламасының әлеуметтік мәселелерді тиімді тұрғыдан шешуге етер ықпалы зор. Бағдарлама тақырыбына ел өміріндегі қоғамдық-саяси, әлеуметтік оқиғалар мен мәселелер арқау болады. Сондай-ақ мәдени-рухани кеңістіктегі оқиғаларға талдау жасалады. Студияға арнайы шақырылған қонақтар модератор сұрақтары мен әлеуметтік желі арқылы келіп түскен, көрерменді толғаңдырған түрлі сауалдарға жауап береді. Қазақстанда жүргізіліп жатқан саяси-экономикалық реформалар мен әлеуметтік бағдарламалар жан-жақты талқыланады. Қарапайым халықтың тұрмыс-тіршілігіне етене жақын болып, ел ішіндегі жаңалықтарды көрсетіп, көкейді жүрген сұрақтардың шешімін тауып жүрген Нартай Аралбайұлының жүргізуімен ел алдына ұсынылған «Мәселе» бағдарламасын білетіндер өте көп. Алтай мен Ертістің арасындағы ен жайлауда қараусыз қалған елді-мекендер мен онлайн өмірге оңтайланбаған ауылдарды назарынан тыс қалдырмаған арна ұлттың мәдени, құндылық тұрғысынан ғана емес, технологиялық жағынан да кеңде қалмауын назарда ұстайды.

Ел арасындағы ең позитивті арналардың бірі «Хабар» телеарнасы. Ол 1995 жылдан бастап өз жұмысына кіріскен. Телеарналардың саласы бір ұқсағанымен, бірақ олардың берер тағылымы өзгеше. Ақпараттық-публицистикалық, қоғамдық-саяси және экономикалық, ғылыми-ағартушылық, мәдени, ойын-сауықтық, спорттық бағдарламалары жақсы танымал арна ұсынатын телевизиялық сериалдар, деректі және көркем фильмдер рейтинг бойынша ең жоғары орында. «Бармысың бауырым?» деп ел жүргенінен орын тапқан бағдарламаны жарыққа шығарушы арна көрерменді бауырмашыл, жанашыр болуға үйретіп, өз жақынынан көз жазып қалған көптеген отбасыларға өз көмегінен көрсеткен болатын. Сонымен қатар жастарды жаужүрек болуға баулып, Отан алдындағы борышының мән-мағынасын ашып берген «Айбын» әскери-патриоттық бағдарламасы туралы айтпай кетуге болмас. Ел осы бағдарлама арқылы Қазақстан қарулы күштерінің ішкі әскерлерінің әлеуетін тани алған болатын. «Хабар» телеарнасының басты ерекшеліктерінің бірі - әлемдік деңгейдегі спорттық жарыстарды тікелей эфирде көрсетеді. Олар осылайша көрермен көңіліне жол таба алған. Хабарға атауы егіздес, бірақ ұсынары бөлек «Хабар24» телеарнасы небәрі 11 жыл бұрын ашылғанымен ел үшін атқарған міндеттері мен қызметтері туралы ауыз толтырып айтуға болады. Қазақстан телеарнасы қазақ тілін дамытып жатыр десек, бұл телеарна ашылған күннен бастап тек қана отандық өнімдерді көрерменге үш тілде ұсынады.

Бұл отандық телебағдарламалар жұмысының көрінісін толықтай айшықтап бере алмасы анық. «Айтуға оңай», «Бармысың бауырым», «Аялы алақан», «Шетелдегі қазақ балалары» секілді бағдарламалар қазақ телевизия тарихында қалары анық. Ұлттық арнаның «Алтын ғасыр» тележобасының бұған дейінгі үш бағдарламасы 2004 жылы жарыққа шығып, тележурналистика саласындағы іргелі туындылар деп саналған. «Шетелдегі қазақ балалары» жобасы тек ұлттық арнаның ғана емес, қазақ журналистикасының да мақтанарлық, ауқымды бағдарламасына айналды. Бағдарламаның рейтингі бойынша жарық көрген бірінші шығарылымнан-ақ үздік нәтижені көрсетті. Еуропаның түкпір-түкпірінде тұратын қазақ жастарының тағдыры көрерменді түрлі сезімге бөледі. Біреулер көзіне жас алды, біреулер батырлардың бақытты өміріне шүкіршілік етті, біреулер сағынып, енді біреулер мақтан тұтып, ұлттық деңгейде ойлана бастады.



Бағдарлама авторы мен жүргізушісі ешкімді сынамай, ауыр сөз айтпай, мәдениетті түрде сөйлейді. Бағдарлама туралы жерлестеріміз интернет пен баспасөз беттерінде өз ойларын ортаға салып, редакцияға хаттар жолдап, ризашылықтарын білдірді. Әрине, жобаның сәтті шығуында өзекті тақырыптың үлесі зор болды. Дегенмен жоба жетекшісі, сценарист, продюсер, режиссер және операторлардың белсенді ойы, бай тәжірибесі мен шығармашылығы бағдарламаның журналистика тарихында қалуына септігін тигізген.

Теледидар - халықтың тәрбиешісі дейтін болсақ, тәрбиенің басында «Балапан» арнасы тұр. Күніне 17 сағат тоқтамай қызмет көрсететін арнаның аудиториясы ел халқының 20 пайызы қарайды. Аудиториясы 0 және 8 жас аралығындағы балаларды қамтитын арна 2019 жылдың қорытындысы бойынша республикалық 10 телеарна қатарына кірген. [7]

«Балапан» - балаларға арналған тұңғыш арна. Салалық тележурналистиканың ең қарқынды дамып, алдында келе жатқан бірден-бір саласы деп нақты айта аламыз. Жасыратыны жоқ қазір балалардың қолынан телефон, алдынан теледидар түспейтін заман. Алайда, кез келген істің қисынын тауып, баланы дұрыс бағытқа салу ата-ананың міндеті. «Балапанның» танымдық бағдарламаларын қосып, өзі де бірге отырып талдар болса сонда нағыз тәрбие болары сөзсіз. Мысалға айта кететін болсақ, баланы ұста қылатын «Шеберхана» бағдарламасы жиырма алты минуттың ішінде оған қазғаздан кез-келген зат жасауға болатынын және қолөнердің маңызын түсіндіреді. «Теңбіл доп» - қазақстандық дарынды балаларға арналған. Олар – жас чемпиондар, әртістік қабілеті бар балалар, әлемдік деңгейдегі математикалық және басқа да ғылыми сайыстардың жеңімпаздары, бишілер мен суретшілер. «Ел болам десең бесіңді түзе» деп бекер айтпаған. Қазіргі бала болашақта ел тұтқасын ұстайтын азамат, ал олардың білімді, тәрбиелі болуы ата-анаға тікелей байланысты болса да, бүкіл қоғам болып жауап береріміз анық. «Ұяда не көрсе, ұшқанда соны іледі» деген қазақ даналығы орынды және тапқыр түрде айтылған кемелді сөз.

2018 жылы «Қазақстан» РТРК» АҚ «Балапан» телеарнасының «Сезім қаласы» атты сол кездегі су жаңа телебағдарламасы көрерменге жол тартқан. Бағдарлама балаларды оқуға, санауға үйретеді, олар ойын ойнай отырып қазіргі қоғамдағы негізгі нормалар мен құндылықтар, мінез-құлықтың жақсы әрі жаман тұстары туралы біліп, мәселені бейбіт жолмен шешуді меңгере алады. Ол бағдарламаның мақсаты — Сезім қаласы тұрғындарының күнделікті тіршілігін көрсете отырып, балаларды мейірімді, бауырмал болуға шақыру, көңілді ән мен би арқылы және түрлі тосын әрекетпен көңіл-күйлерін көтеру. Бағдарлама студияда түсіріледі. Әр санында түрлі тақырып қозғалып, балалардың танымын кеңейту мақсатында, оқиғалар арқылы денсаулық сақтауға, салауатты өмір салты мен әріпті тану, есеп шығару және ойын түрлері түсіндіріледі.

**Нәтижелер.** Жоғарыда біз талдаған бағдарламалар қоғамның күнделікті күйбең тірлігін, қордаланған мәселенің түйінін шешуге арналған. Ендігі жерде мәдени қоғам қалыптастыру үшін халықты саяси, ғылыми тұрғыда сауаттылыққа жетелеу мақсатында көгілдір экран бетіне басқа жанрдағы телехабар ұсыну керек. Әлеуметтік, экономикалық, қоғамдық-саяси, ойын-сауық бағдарламалардың болғаны теледидар рейтингі үшін жақсы, десе де қоғамның сауатын ашып, құқықтарын түсіндіріп беру арқылы көп проблеманың алдын алуға болады. Осы орайда «Халыққа кеңес» атауымен түрлі бағытта ақпарат беретін телехабар ашуды ұсынамын. Бағдарлама ұзақтығы 45 минуттан, аптасына үш рет және 15 минут тікелей эфирде сұрақ-жауап алмасу. Әр бағдарлама сайын бір тақырыпты таңдап, сол мәселенің қоғам ішіндегі дертке айналмауы жолында бағыт беру керек. Телехабардың алғашқы тақырыбы әлеуметтік мәселеге арналып, «Онлайн болудың оңай жолы» тақырыбында алғашқы эфирді ұсынуға болады. Хабар мазмұны: ҚР заңдарына сәйкес ауылды, елді-мекендегі жерлерде интернет орнатудың оңай жолдарын түсіндіру, қоғамдық резонанс арқылы сөзді өтімді етіп, адам саны жетіп тұрса да желі мұнарасы орнатылмаған жағдайда сотқа шағым түсіру жолдарынан тұрады. Екінші хабар ретінде «Медициналық және құқықтық сауаттылық» тақырыбын көтеруге болады. Дертіне дауа іздеген жандардың өз құқықтарын білуі медицина қызметкерлерінің жауапкершілігін

арттырары сөзсіз. Әр хабар сайын эфирде жоба жүргізушісі мен спикер маманның болуы абзал.

**Қорытынды.** Қазақ телеарнасындағы кез келген әлеуметтік-саяси бағдарламаның аспектілері ұлттық код пен ұлт болашағының тәрбиесі турасында шектеледі. Зайырлы қоғамның азаматтары ретінде рейтингті ғана емес, ұлт болашағын ойлап заманауи цифрлы тенденцияға ілесе алатын күшке жетуіміз керек. Түрлі бағытта трансформацияланған көгілдір экранның оған беретін пайдасы орасан зор.

### Әдебиеттер тізімі

1. Барманқұлов М. Телевидение: деньги или власть? – Алматы: «Қазақ университеті», 2007. – 26 с.
2. Барлыбаева С. Телевизионная журналистика: учебное пособие. – Алматы: Қазақ университеті, 2011. – 95 с.
3. Масғұтов С. Көгілдір экран - өмір айнасы - Алматы: «Мектеп», 1976. - 131 б.
4. Елубай С. Ел боламын десен, экраныңды түзе. // Егемен Қазақстан. - 2006 жыл, 6 қаңтар.
5. Сейдімбек А. Қазақ журналистикасы: 3-том. – Алматы: «Қазақ университеті», 2000. – 55 б.
6. Research Central Asia. - URL: <https://k-research.kz/> (Accessed: 6.01.2023).
7. Барлыбаева С. Телевидение в мире и в Казахстане. – Алматы: «Қазақ университеті», 2007. – 84 с.

### References

1. Barmankulov M. Televidenie: den'gi ili v'last'? [Television: money or power?] (Kazakh University, Almaty, 2007, 26 p.). [in Russian]
2. Barlybaeva S. Televizionnaya zhurnalistika [Television journalism] («Kazakh University», Almaty, 2011, 95 p.). [in Russian]
3. Masgutov S. Kogildir ekran - omir ainasy [Blue screen - the mirror of life] («Mektep», 1976, 131 p.). [in Kazakh]
4. Elubai S. «El bolamyn decen, ekranyn dy tuze» [If you want to be a country, fix your screen], Ege men Kazaktan [Independent Kazakhstan], January 6, 2006. [in Kazakh]
5. Seydimbek A. Kazakh zhurnalistikacy [Kazakh Journalist]. Vol. 3. («Kazakh University», Almaty, 2000, 55 p.). [in Kazakh]
6. Research Central Asia. Available at: <https://k-research.kz/> (Accessed: 6.01.2023).
7. Barlybaeva S. Televidenie v mire i v Kazahctane [Television in the world and in Kazakhstan]. («Kazakh University», Almaty, 2007, 84 p.). [in Russian]

**K.B.Kobeisin, G.S.Uzbekova**

*Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty*

### Trends in the development of socio-cultural aspects of TV programs

**Abstract.** Kazakhstan has recently seen significant trends and transformations in the socio-cultural aspects of television programs. One of the main trends is the increase in the amount of Kazakh-language content on television. In Kazakhstan, in recent years, much attention has been paid to the development of national culture, language, and history, and this is reflected in television. However, despite this, there is still a lot of foreign content on television, especially in the entertainment sector.

Another trend is the increase in the number of TV channels. Currently, there are more than 200 TV channels in Kazakhstan, which provides a wide choice for viewers. There have also been changes in the socio-cultural perception of the content of television programs. Today, viewers are more critical of propaganda materials and content that promotes violence or extremism.

Finally, one of the most obvious sociocultural trends today is the development of Internet television. In general, Internet television is becoming more popular, and this leads to significant changes in traditional television, including at the level of sociocultural aspects.

In general, it can be said that the trends and transformations of the socio-cultural aspects of TV programs in Kazakhstan show the direction of the development of television in the country in the future, and how the role of television in shaping the worldview of viewers can change.

**Keywords:** Television, TV program, social problem, cultural program, television process, information transformation.

**К.Б.Кобейсын, Г.С.Узбекова**

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

### **Тенденции развития социокультурных аспектов телепрограмм**

**Аннотация.** В Казахстане за последнее время наблюдаются значительные тенденции и трансформации в социокультурных аспектах телепрограмм. Одна из главных тенденций - это увеличение количества казахскоязычного контента на телевидении. В стране в последние годы уделяется большое внимание развитию национальной культуры, языка и истории, и это отражается на телевидении. Однако, несмотря на это, на телевидении все еще присутствует много зарубежного контента, особенно в сфере развлечений.

Еще одна тенденция - это увеличение количества телеканалов. В настоящее время в Казахстане работает много качественных телеканалов, что обеспечивает большой выбор для зрителей. Также наметились перемены в социокультурном восприятии содержимого телепрограмм. Сегодня зрители критичнее относятся к пропагандистским материалам и к контенту, который пропагандирует насилие или экстремизм.

Наконец, один из наиболее явных социокультурных трендов на сегодняшний день - это развитие интернет-телевидения. Интернет-телевидение становится более популярным, и это приводит к значительным изменениям в традиционном телевидении, в том числе и на уровне социокультурных аспектов.

В целом можно сказать, что тенденции и трансформации социокультурных аспектов телепрограмм в Казахстане показывают направление развития телевидения в стране в будущем, и каким образом может измениться роль телевидения в формировании мировоззрения зрителей.

**Ключевые слова:** телевидение, телепрограмма, социальная проблема, культурная программа, телевизионный процесс, преобразование информации.

### **Авторлар туралы мәлімет:**

**Көбейсін Қ.Б.** – Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының 2 курс магистранты, Журналистика факультеті, Әл-фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

**Өзбекова Г.С.** – ф.ғ.к., Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының доценті, Журналистика факультеті, Әл-фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

**Kobeicın K.B.** – Master’s student, Department of Print and Electronic Media, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**Uzbekova G.S.** – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Faculty of Journalism, Department of Press and Electronic Media, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.