

Э.Б. Асылтаева ^{*1}, М.Нуров ²

¹«Тұран» университетінің қауымдастырылған профессоры, PhD докторы,
Алматы қ., Қазақстан, E-mail: e.assyltayeva@turan-edu.kz
<https://orcid.org/0000-0001-8826-7751>

²«Тұран» университетінің қауымдастырылған профессоры, PhD докторы,
Алматы қ., Қазақстан, E-mail: markhabat-nur@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-1219-3298>

БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ АЗАМАТТЫҚ БІРЕГЕЙЛІКТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ РӨЛІ

Аңдатпа

Қазіргі уақытта азаматтық бірегейлікті қалыптастыру маңызды міндеттердің бірі болып табылады. Айта кету керек, бұл проблема әлемде болып жатқан оқиғаларға және жаһандану процестерінің дамуына байланысты ерекше өзектілікке ие болады. Мұндай жағдайларда әлемнің ақпараттық интеграциясы жеделдетіледі, оның маңызды тетіктерінің бірі бұқаралық ақпарат құралдары болып табылады. Азаматтық бірегейлік өзін белгілі бір топтың немесе қауымдастықтың мүшесі ретінде субъективті қабылдауы ретінде сипатталады. Әр түрлі елдерде азаматтық бірегейліктің мазмұнының әртүрлілігі айтып кету жөн. Алайда, көптеген зерттеу жұмыстарында азаматтық бірегейлік адамның бір қауымдастыққа топтық мүшелік сезімі ретінде түсіндіріледі. Бұл мақалада азаматтық бірегейлік патриотизм, азаматтық белсенділік, саяси мәдениеттің белсенді көрінісі сияқты саяси ғылымның категориялары аясында қарастырылады. Бұл ретте бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен берілетін құндылықтарға, бағдарларға және дәстүрлерге ерекше назар аударылады. Азаматтық сәйкестілік жүргізіліп жатқан ақпараттық саясатқа байланысты тұрақты өзгеріске ұшырайды, белгілі бір кезеңдерден өтеді және индикаторларды өзгертеді.

Жұмыста бұқаралық ақпарат құралдарының азаматтық бірегейлікті қалыптастыруға тигізетін әсеріне талдау нәтижелері келтірілген. Талдау объектісі ретінде отандық теледидар арналарының мазмұны таңдалды. Зерттеу нәтижесінде үлкен аудиторияға ие телеарналар азаматтық бірегейлікті қалыптастыруға әсер ететін құралдардың бірі екендігі анықталды.

Кілт сөздер: азаматтық бірегейлік, телеарна, ақпараттық саясат, бұқаралық ақпарат құралдар, ақпараттық кеңістік, қазақтандық ұлт, құндылықтар.

Қаржыландыру. Бұл мақала ҚР ҒЖБМ ҒК-нің қаржыландыру аясында әзірленді (грант АР15473374).

Асылтаева Э.Б.*¹, Нуров М.М.²

¹* Ассоциированный профессор университета «Тұран», PhD,
г. Алматы, Казахстан, E-mail: e.assyltayeva@turan-edu.kz
<https://orcid.org/0000-0001-8826-7751>

² Ассоциированный профессор университета «Тұран», PhD,
г. Алматы, Казахстан, E-mail: markhabat-nur@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-1219-3298>

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Аннотация

В настоящее время формирование гражданской идентичности является одной из важных задач. Следует отметить, что данная проблема приобретает особую актуальность в силу происходящих событий в мире и развития глобализационных процессов. В подобных условиях ускоряется информационное интегрирование мира, одной из важных механизмов которого являются средства массовой информации. Гражданская идентичность являясь субъективным восприятием себя как члена конкретной группы или сообщества, характеризуется многовариантностью своего содержания в

различных странах. Тем не менее, во многих исследовательских работах гражданская идентичность понимается как чувство группового членства человека в одном сообществе. В данной статье гражданская идентичность рассматривается в рамках таких категорий политической науки, как патриотизм, гражданская активность, активное проявление политической культуры. При этом особое внимание уделяется ценностям, ориентирам и традициям, которые передаются с помощью средств массовой информации. Гражданская идентичность в зависимости от проводимой информационной политики находится в состоянии постоянной трансформации, проходит через определенные этапы и меняет индикаторы.

В данной работе приведены результаты анализа влияния средств массовой информации на формирование гражданской идентификации. Объектом анализа выбран контент отечественных телевизионных каналов. В результате исследования было выявлено, что телевизионные каналы, имея большую аудиторию, являются одним из инструментов, влияющих на формирование гражданской идентичности.

Ключевые слова: гражданская идентичность, телевизионные каналы, информационная политика, средства массовой информации, информационное пространство, казахстанская нация, ценности.

Статья подготовлена в рамках финансирования КН МНВО РК (грант AP15473374).

Assyltayeva E.*¹, Nurov M.²

¹Associate Professor of the «Turan» University, PhD,
Almaty, Kazakhstan, E-mail: e.assyltayeva@turan-edu.kz,
<https://orcid.org/0000-0001-8826-7751>

²Associate Professor of the «Turan» University, PhD,
Almaty, Kazakhstan, E-mail: markhabat-nur@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-1219-3298>

THE ROLE OF THE MEDIA IN THE FORMATION OF CIVIC IDENTITY

Abstract

Currently, the formation of a civil identity is one of the important tasks. It should be noted that this problem is becoming particularly relevant due to the ongoing events in the world and the development of globalization processes. In such conditions, the information integration of the world is accelerating, one of the important mechanisms of which is the mass media. Civic identity, being a subjective perception of oneself as a member of a particular group or community, is characterized by the multivariance of its content in different countries. Nevertheless, in many research papers, civic identity is understood as a sense of a person's group membership in one community. In this article, civic identity is considered within the framework of such categories of political science as patriotism, civic activism, and the active manifestation of political culture. At the same time, special attention is paid to the values, guidelines and traditions that are transmitted through the media. Civil identity, depending on the information policy being pursued, is undergoing a post-permanent transformation, going through certain stages and changing indicators.

This paper presents the results of the analysis of the influence of mass media on the formation of civil identification. The object of analysis is the content of domestic TV channels. As a result of the study, it was revealed that television channels, having a large audience, are one of the tools influencing the formation of civic identity.

Key words: civic identity, TV channel, information policy, mass media, information space, nationality of Kazakhstan, values.

This research is funded by the Committee of Science of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan (Grant No. AP15473374)

Кіріспе. Азаматтық бірегейлік қоғам өмірінің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады, ол адамдарды біртұтас топқа біріктіретін ортақ құндылықтар, мәдени дәстүрлер мен тарихи байланыстар жиынтығын білдіреді. Қазіргі уақытта бұқаралық ақпарат құралдары Қазақстан Республикасы азаматарының бірегейлігі мен хабардарлығын қалыптастырудың негізгі арналарының бірі болып табылады. Сонымен қатар, әлеуметтік институт ретінде бұқаралық ақпараты құралдарының ұлттық идеяға тікелей әсер етеді. Қоғамға өмір салтын, әдет-ғұрыпты, пікірді өзгертетін тұрақты ақпарат ағыны ретінде әсерін жокқа шығару мүмкін емес [1]. Әр түрлі ақпараттық элементтердің болуы жаңа ақпараттық парадигмаларды құруға жол ашады. Технологиялар жаңа инфрақұрылымдарда жүзеге асырылады, олардың көмегімен процестер жетілдіріледі, жаңа тәсілдер пайда болады, әрекет ету әдістері мен құралдары

өзгер-тіледі. Медианың символдық аспектілерінің байланысы ұлттық мәдениеттің символдық құндылықтары-на, демек, ұжымдық сананы өзгерту арқылы оның жеке басына әсер ететін идеологиялық компонентті енгізу арқылы өзінің үстемдігін жүзеге асырады. Кейбір зерттеушілер өз еңбектерінде қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының Қазақстан азаматтарының мінез-құлқына, қоғамдық маңызы бар тақырыптарына және ұлттық бірегейлігіне әсері мәселелерін зерттейді [2-3]. Алайда, жаһанданған қоғамда медиа құралдары арқылы азаматтық бірегейлену үрдісінің ерекшеліктері толық зерттелмеген. Бұл өз кезегінде мақаланың маңыздылығын жоғарылатады.

Медиа Қазақстандағы азаматтық бірегейлікті қалыптастыруға әсер етудің маңызды арналарының бірі болып табылады. Қазіргі уақытта бұқаралық ақпарат құралдары қоғам өмірінде маңызды рөл атқарады және әлеуметтік өмірдің көптеген аспектілеріне, оның ішінде қоғамның құндылықты бағдарларына үлкен әсер етеді. Медианың азаматтық бірегейлікті қалыптастырудағы әсері мемлекеттің, оның халқының, мәдениеті мен дәстүрлерінің бейнесін жасау барысында байқалады. Белгілі бір құбылыстарға деген көзқарас, сондай-ақ азаматтардың өзін-өзі бірегейлендіруі байланыс арналарының қандай бейнесін жасайтынына байланысты. Ең алдымен, бұқаралық ақпарат құралдары азаматтық адамгершілік тәрбиесі-нің тасымалдаушылары қызметін атқарады [4]. Коммуникативті процестер қоғамға азаматтардың өзіндік сана-сезімін қалыптастыруға, олардың танымына, эмоцияларына және қоғамдағы мінез-құлқына әсер ететін ақпаратты береді.

Жұмыстың өзектілігі медиа әртүрлі ұлттар мен қауымдастықтар арасындағы байланыс қызметін атқаратын ұлттық және мәдени құндылықтарды насихаттау арқылы азаматтық бірегейлікті қалыптастыруға ықпалына арналған ғылыми жұмыстардың болмауымен түсіндіріледі. Бірқатар ғалымдар өз еңбектерінде ұлттың мәдени ерекшеліктерін және жаһандану дәуірін ескере отырып, Қазақстандағы этностық бірегейлігін зерттейді [5-6]. Дегенмен, БАҚ призмасы арқылы қазақстандықтардың азаматтық бірегейлігін қалыптастыру қағидаттары қазіргі таңда қарастырылмаған. Газеттер, теледидар, радио, журналдар, Интернет және басқа платформалар адамгершілік тәрбиесінің субъектісі мен объектісі арасындағы байланыс құралы және тасымалдаушысы болып табылады. Конструктивтік тұрғыдан алғанда, бірегейлік алдын-ала берілмейді, бірақ әлеуметтік қатынастардың қысымымен үнемі өзгеріп отыратын әлеуметтік процестер шеңберінде қалыптасады. Тиісінше, бұқаралық ақпарат құралдары мемлекеттің маңызды мәселелері мен демократиялық мәдениеттің дамуы туралы қоғамдық пікірталас құру арқылы азаматтық бірегейлікті нығайтуға ықпал етеді. Олар өз пікірлерін білдіруге, мәселелерді талқылауға қатысуға, шешім қабылдауға және қоғамдық пікірді қалыптастыруға ықпал етуге мүмкіндік береді. Алайда, қақтығыстарды қоздыруға және халықты бөлуге бағытталған саяси және коммерциялық үгіт-насихат орын алса, бұқаралық ақпарат құралдарының дискурсы азаматтық бірегейліктің қалыптасуы-на теріс әсер етуі мүмкін. Цифрлық медиа шеңберіндегі қазақ бірегейлігінің тетіктері қарастыралатын зерттеулер бар [7-8]. Бірақ, авторлар дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары контекстінде азаматтық бірегейлікті қалыптастыру аспектілерін зерттеген жоқ.

Зерттеудің мақсаты-бұқаралық ақпарат құралдарының қазақстандықтардың азаматтық бірегейлігін қалыптастырудағы рөліне талдау жүргізу.

Зерттеу әдістері. Зерттеу мақсаттарына жету үшін сипаттамалық, контент және салыстырмалы талдау әдістері қолданылды. Азаматтық бірегейліктің ерекшеліктерін қарастыру кезеңіндегі сипаттамалық әдіс бұқаралық ақпарат құралдарының әлеуметтік және мемлекеттік аспектілер шеңберінде қоғамдық пікір мен санаға әсер етуінің негізгі тетіктерін бөліп көрсетуге мүмкіндік берді. Ол теледидар индустрия-сы мен ұжымдық сана тұрғысынан мәдениетті, тілді, дәстүрлер мен әдет-ғұрыптарды насихаттайтын медиа механизмдерінің әсер ету заңдылығын орнатуға көмектесті. Бұл әдіс теледидар индустриясының әр түрлі мүмкіндіктерін, сондай-ақ саяси, әлеуметтік және этностық сыртқы факторлардың әсерін ескере отырып, бұқаралық ақпарат құралдарының қазіргі және жаһанданған қоғамның санасына әсер етуінің құрылымы мен сипаттамаларын анықтауға мүмкіндік берді. Бұл шамадан тыс алалаушылық пен стереотиптерді ілгерілетуді ескере отырып, барабар және тұтас мәдени сана мен сәйкестендіруді қалыптастыру контекстінде теледидар жұмысының оң және теріс жақтарын атап өтуге мүмкіндік берді.

Ақпаратты жинау кезеңіндегі контент-талдау әдісі теледидарлық интернет-ресурстардың құрылымын олардың азаматтық бірегейлікті қалыптастырудағы рөлін ескере отырып қарастыруға мүмкіндік берді. Осылайша, 2023 жылдың ақпан айында «Хабар 24», «Астана ТВ» және «Qazaq TV» телевизиялық ресурстарына контент-талдау жүргізілді. Қазақстандықтардың азаматтық бірегейлігін қалыптастырудың негізгі тәсілдерін, мысалы: жаңалықтар, телебағдарламалар, шоулар, телешоулар, фильмдер және сұхбаттары зерделенді. Деректерді жинау кезінде мәдени ортаның объективті және жүйелі тенденция-лары шеңберінде әртүрлі телеарналардың мәтіндік сипаттамалары мен айқын жаңалықтар мазмұнының элементтері ескерілді. Бұл әдіс бағдарламалар, фильмдер, сериалдар, сондай-

ақ бағдарламалар мәдениет-ті, тілді, ұлттық мерекелерді, дәстүрлерді, әдет-ғұрыптар мен оқиғаларды сақтауға және насихаттауға ықпал ететініне көз жеткізуге мүмкіндік беретін теледидар индустриясының негізгі тетіктерін анықтауға көмектесті. Контент-талдау қазіргі және жаһанданған қоғам жағдайында ұлтшылдықтың көрінісін өзгер-тетін медиа ортасы мен цифрлық технологиялардың әртүрлілігін ескере отырып, азаматтық бірегейлікті қалыптастырудың ең көп қолданылатын әдістерін анықтауға мүмкіндік берді.

Бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдық санаға әсерін зерттеу кезеңіндегі салыстырмалы әдіс азаматтық бірегейлікті қалыптастыру шеңберінде белгілі бір пікірдің қалыптасуын сипаттайтын медиа факторлар мен тенденцияларды анықтауға мүмкіндік берді. Ол ұлттың құндылық бағдарларын және ұлтаралық процестер контекстіндегі интеграциялық әлеуетті қалыптастыратын дәстүрлерді, тілді және әдет-ғұрыптарды дамыту мен сақтаудағы теледидардың рөлін анықтайтын гипотезаларды анықтауға көмектесті. Оның элементтері дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының цифрлық трансформацияларын ескере отырып, ұлттық өзін-өзі бірегейлігінің қалыптасуының заңдылықтарымен сәйкес келетін тиісті мәлімдемелерді орнатуға мүмкіндік берді. Бұл әдіс саяси, әлеуметтік және этностық ерекшеліктерін ескере отырып, ұлт пен медианың жұмыс істеуі арасындағы байланысты орнатуға мүмкіндік берді. Ол қазақстандықтардың азаматтық бірегейлігін қалыптастырып, ары қарай дамыту жолында ақпараттық құралдардың таптырмас коммуникативтік функцияларын тануға мүмкіндік берді.

Талқылау. Бұқаралық ақпарат құралдары адамның, ұлттық бірегейліктің және жалпы қоғамның дамуында маңызды рөл атқарады. Олардың негізгі миссиясы-өзін әртүрлі функцияларды орындайтын арна ретінде ұсыну: ақпараттандыру, көңіл көтеру, пікір қалыптастыру, сонымен қатар ағарту. Батыстық ғалымдардың көзқарасы бойынша, мұндай қарым-қатынас қоғамдастыққа тиесілі болу сезімін нығайтуға және әлеуметтік жағдайларды бақылауға мүмкіндік беретін рәміздер беру арқылы дамиды [10]. Медиа белгілі бір аймаққа тән жалпы мәселелер туралы ақпараттандыру үшін де қажет. Қоғамда болып жатқан әлеуметтену процестердің дамуына серпін береді. Бұқаралық ақпарат құралдары мен жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологиялар оларға ерекше үлес қосады, мұнда виртуалды әлеуметтік желілер бүгінгі күні көптеген адамдардың күнделікті өмірінің бір бөлігі болып табылады.

Кейбір ғалымдардың пікірінше, қазіргі интеграцияланған қоғамдағы бұқаралық ақпарат құралдары дәстүрлер, тарих, өмір салты, сенімдер, құндылықтар, әдет-ғұрыптар мен қатынастарға елеулі әсер етеді [11]. Сонымен қатар, медиа дискурс басқа халықтардың айрықша сипаттамаларын ескеруі керек, бұл әлеуметтік және мәдени тәжірибелерге тиесілік, міндеттеме және қатысу сезімін қалыптастырады. Әлеуметтік-психологиялық тұрғыдан алғанда, цифрлық қоғам ұлттық бірегейлікті қалыптастыруға әкеле-тін өзін-өзі бағалауды, өзін-өзі анықтауды және саналы түрде өзін-өзі тәрбиелеуді талап етеді. Сандық және дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары қазіргі уақытта азаматтардың жеке тұлға ретінде қалыптас-тыруға тиісті әсер ететін әлеуметтену саласы болып табылады, өйткені олар өздерін дәлелдеуге, ақпарат алмасуға және басқалармен қарым-қатынас жасауға көптеген мүмкіндіктер ұсынады. Сондықтан, бірегей-лік статикалық немесе өзгермейтін нәрсе емес. Ол нақты тарихи-әлеуметтік жағдайларға сәйкес құрылады және өзгеріс үстінде болады. Қоғамның әлеуметтік-экономикалық дамуы медиа дискурстың мәдени құндылықтарды нығайту тетігі ретінде қолданатын хабардарлығымен тікелей байланысты. Байланыс құралдары ұлттық интеграция мен өзін-өзі тану сценарийлерін алға тарта отырып, саяси және әлеуметтік қайта құру жолымен жүруі керек.

Шетелдік ғалымдар медиа дискурс азаматтық бірегейлікті қалыптастыруға үлкен әсер етеді деп санайды, өйткені ол адамдардың өрісін кеңейтуге, мәдени байланыстарды нығайтуға және қоғамда бірлік орнатуға ықпал етеді [12]. Сондықтан, бұқаралық ақпарат құралдарында қандай ақпарат берілетінін бақылау және белгілі бір оқиғаның объективті көрінісін жасау үшін әртүрлі көзқарастар мен пікірлерді ескеру маңызды. Бұқаралық ақпарат құралдары секуляризация мен материализацияға көбірек ұмтылуда, мәдени қоғамдық пікір мен сананың тәрбиелік және бағыттаушы рөлін елемей, халық үшін әртүрлі танымал ойын-сауық пен үстірт ақпарат беруді теріс пайдалануда. Ақпараттық технологиялардың дамуы адамдар арасындағы байланысты тезірек және ыңғайлы етті, осылайша белгілі бір аймақтың тұрғындары арасындағы байланысты орнатады және тереңдетеді. Ұлттың өмір сүруіне және дамуына қауіп төндіретін оқиға болған кезде, азаматтар Интернетті өз пікірлерін білдіру, сондай-ақ әлеуметтік желілер арқылы өзара әрекеттесу, жағымсыз оқиғаларға қарсы ұжымдық және эмоционалды қарсы шабуылдар арқылы өзара әлеуметтік бірегейлікті тереңдету үшін негізгі арна ретінде пайдаланады. Бұл тқжырымдар жаһан-данған әлемдегі қазіргі қоғамның цифрлық және инновациялық технологияларын ескере отырып, азаматтық бірегейлікті қалыптастырудағы медианың ерекше рөлін көрсетеді.

Х.Алкотт пен Л.Брагъери тұрғысынан цифрлық технологиялар мен Интернет ақпаратты тарату арналарын кеңейтті [13]. Цифрлық бұқаралық ақпарат құралдары азаматтарда ұлттық мемлекетке тиесілілік сезімін қалыптастырды. Цифрлық технологияны қолданудың қарапайымдылығы азаматтардың қоғамдық қарым-қатынасқа қатысуы үшін арналарды кеңейтті. Аудитория өздерінің саяси көзқарастары мен құндылықтарына сәйкес келетін ақпарат көздерін қабылдауға бейім, бұл қоғамдық саланың бұрын-соңды болмаған бөлшектенуіне әкеледі. Сонымен қатар, бұл медиа өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы шекаралардың жойылуына әкеліп соқтырды, бұл ұлттық бірегейлікті сақтауда мемлекеттің үстемдігіне нұқсан келтірді.

Зерттеу нәтижесі. Тәуелсіздігімізді алғаннан бері 30 жыл ішінде ұлттық медиа кеңістігі біртіндеп даму сағысынан өтіп, айтарлықтай өзгерістерге ұшырады, жаңа байланыс арналары пайда болды, медиа тұтыну мәдениеті өзгерді және аудиторияның барған сайын сегменттелуін байқауға болады. Сарапшылар атап өткендей, технологиялық прогресс пен ұрпақтардың ауысуы жеделдетілгендіктен, бұл үрдістер таяу мерзімді перспективада тек күшейе түседі.

Аталған процестердің нәтижесінде бүгінгі таңда қазақстандық ақпараттық кеңістікте дәстүрлі БАҚ санының жыл сайын ұлғаюын көреміз (2019 жылы – 3 581, 2020 жылы – 4 637, 2021 жылы – 4 950). Бұл үрдіс, ең алдымен, демографиялық және әлеуметтік-экономикалық себептерге байланысты. Сонымен қатар, мемлекет тарапынан саланы қолдау мақсатында бірқатар шаралардың да жүргізілгенін ескерген жөн.

2023 жылдың басындағы жағдай бойынша Қазақстанда 5407 БАҚ тіркелген (отандық БАҚ – 5120, шетелдік БАҚ-287). 5120 қазақстандық БАҚ-тың 3779-і мерзімді баспасөз басылымдарын, 194-і телеарналарды, 85-і радионы, 1062-і интернет-ресурстарды құрайды [9].

Телеарналардың жүргізілген контент-талдауына сәйкес, теледидар индустриясы, ең алдымен, қоғамдық пікірді қалыптастыратын және әртүрлі цифрлық және инновациялық мүмкіндіктерді ескере отырып, миллиондаған адамдарға өз хабарламаларын бір уақытта жеткізе алатын ересектер арасында Қазақстан Республикасындағы ең ықпалды медианың бірі болып табылатыны анықталды. Бұқаралық ақпарат құралдарының азаматтық хабардарлыққа әсер етуінің негізгі тәсілдерінің бірі қазақ тілді телеарналар арқылы ұлттық бірегейлік пен мәдени құндылықтарды насихаттау болып табылады. Әр түрлі бағдарламалар халықтың дәстүрлері мен әдет-ғұрыптарын сақтауға көмектеседі, олардың бірегейлігін нығайтуға ықпал етеді. Бұл бұқаралық ақпарат құралдарының басты рөлдерінің бірі-әлемде болып жатқан маңызды оқиғалар мен проблемалар туралы жұртшылықты хабардар ету. Теледидар жаңалықтары көбінесе белгілі бір идеялар мен құндылықтарды тарату арқылы қоғамдық пікір қалыптастыруға мүмкіндік беретін көптеген адамдар үшін негізгі ақпарат көзі болып табылады. Телехикаялар, шоулар, деректі фильмдер және онлайн хабар тарату сияқты теледидарлық бағдарламалар көрермендердің әлеуметтік мәселелер, саяси мәселелер, сондай-ақ мемлекеттің мәдени тенденциялары туралы пікірлеріне әсер етуі мүмкін. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдары саяси цензураға ұшырауы немесе талқылау мен түсініктеме тақырыптарын таңдау арқылы қоғамдық пікірге әсер етуі мүмкін. Бұл ұлттық бірегейлік туралы түсініктердің бұрмалануына және қоғамдағы қақтығыстардың күшеюіне әкелуі мүмкін.

Тікелей медиа тұтыну көрсеткіштеріне келетін болсақ, олар ақпарат көздеріне байланысты өзгереді. Сонымен, медиа ресурстардың аудиториясы жиі қиылысқанымен, сонымен бірге жас санаты, ақпаратты тұтыну тілі, тұру географиясы, әлеуметтік жағдайы және т.б. сияқты параметрлер бойынша бір-бірінен ерекшеленеді. Осыған байланысты аудиторияның жекелеген сегменттерінің мінез-құлық сипаттамаларын талдау және ақпараттық-идеологиялық жұмысты олардың ерекшеліктеріне қарай «баптау» мемлекеттік ақпараттық саясаттың тиімділігін арттыру мәселесінде шешуші рөл атқарады.

Медиа азаматтық бірегейлікті қалыптастыруда маңызды рөл атқарады, өйткені олар қоршаған әлем туралы ақпарат пен білімнің негізгі көзі болып табылады. Олар ұлтқа әлемдегі өз орнын түсінуге көмектесіп қана қоймай, оның қандай қасиеттерге ие екендігі туралы идеяларды қалыптастырады. Ұлттық бірегейлікті қалыптастырудағы бұқаралық ақпарат құралдарының басты рөлдерінің бірі-олар Қазақстан халқының мәдениеті, салт-дәстүрлері туралы ақпарат береді. Жаңалықтар мен мәдени бағдарламалар, фильмдер мен сериалдар, музыка, әдебиет-мұның бәрі ұлттық мәдениет пен сананы жеткізу және сақтау құралы болып табылады. Медиа сонымен қатар адамдарды ортақ идеялар мен құндылықтар төңірегінде біріктіріп, бірліктің дамуына ықпал ететін ұжымдық жады мен тарихи нормаларды қалыптастыра отырып, әлеуметтік тәжірибені құруда таптырмас рөл атқарады. Теледидар Қазақстанда ұлттық бірегейлікті қалыптастырудағы ең ықпалды медиа арналардың бірі болып табылады. Уақыт өте келе ол ақпарат көзі ғана емес, сонымен бірге мемлекет ұлттық құндылықтар мен мәдениетті насихаттау үшін қолданатын құралға айналды.

Телевизиялық бағдарламалар мен хабарлардың жалпықазақстандық патриоттық құндылықтар мен азаматтық бірегейлікті сақтауға және ілгерілетуге ықпал ететініне көз жеткізу үшін ұлттық мерекелерді, дәстүрлерді, әдет-ғұрыптарды, сондай-ақ оқиғаларды белсенді насихаттайтын «Хабар 24», «Астана ТВ» және «Qazaq TV» телеарналарының интернет-ресурстарына контент-талдау жүргізілді (1-кесте). Талдау көрсеткендей, отандық телеарналардың эфирде көрсетілетін әлеуметтік роликтерінің басым бөлігі мемлекеттік ақпараттық саясаттың негізгі бағыттарына арналған. Атап айтқанда, роликтер саяси маңызды оқиғаларды (Мемлекет басшысының Жолдауы, Мемлекет басшысының тапсырмалары мен бастамаларын іске асыру және т.б.) ақпараттық сүйемелдеуге, елдің спорттық және ғылыми жетістіктерін көрсету арқылы патриотизмді арттыруға, қоршаған ортаны қорғауға назар аударуға, салауатты өмір салтын насихаттауға және т. б. бағытталған.

Кесте 1. Қазақтардың азаматтық бірегейлігін қалыптастырудың негізгі телевизиялық тәсілдері

Телеарналардың атауы	Мәдени және азаматтық бірегейлікті қалыптастырудың негізгі телевизиялық тәсілдері
«Хабар 24»	Жаңалықтар, тележобалар, телебағдарламалар, сұхбаттар, трансляциялар.
«Астана ТВ»	Жаңалықтар, тележобалар, сериалдар, телебағдарламалар, деректі фильмдер.
«Qazaq TV»	Жаңалықтар, сериалдар, тележобалар, телебағдарламалар, хабарлар.

Айта кету керек, 2018 жылдан бастап барлық телешоулар қазақ тілінде таратылады, бұл мәдениет пен тілді сақтауға және ілгерілетуге ықпал етеді.

«Хабар 24» - бұл Қазақстандағы және әлемдегі оқиғалар туралы ауқымды ақпарат беретін, сондай-ақ қазақ халқының мәдениеті, тарихы мен дәстүрлеріне арналған бағдарламаларды тарататын мемлекеттік жаңалықтар арнасы. Телеарна тәулігіне 24 сағат үзіліссіз хабар таратады. Бір күнде телеарна шамамен 50-60 бағдарламаны көрсетеді. Телеарнадағы өз өнімінің барлық көлемінің ең үлкен үлесі күніне 18 рет қазақ және орыс тілдерінде эфирге шығатын жаңалықтар түрінде (44%) ұсынылған. Халықаралық панорама жаңалықтар материалдарының жалпы көлемінің 17,7% құрайды. Телеарна мемлекеттік ақпараттық саясатты жүргізуде көшбасшы болып табылады. Бұған мемлекеттік бағдарламаларды белсенді жариялау дәлел.

Әлеуметтік-саяси бағдарламалар эфир уақытының 12,9%-н құрайды және мемлекеттік бағдарламалар, саяси, әлеуметтік-экономикалық реформалар үшін түсіндіру алаңы ретінде қызмет етеді. Сондай-ақ, телеарнада әлеуметтік роликтер көрсетіледі. Бейнероликтердің көпшілігі ақпараттық және түсіндіру сипатына ие, қалған бейнероликтер қазақ халқының адамгершілігі, патриотизмі мен мәдениеті мәселелеріне арналды.

Талдау аясында бұл бұқаралық ақпарат құралы оқиғаларды жариялау арқылы азаматтық бірегейлікке баса назар аударатындығын атап өтуге болады. Жаңалықтар құралы аясында «Анаға мың тағзым» мәдени-ағартушылық акциясын атап өтуге болады [11]. Қоғамдық пікірді қалыптастырудың мұндай тұжырымдамасы рухтың дамуына әсер етіп, азаматтың патриоттық санасын қалыптастыруға бағытталған.

«Хабар 24» телеарнасында қоғамдық бірлестіктер халық үшін тілдік құндылықтар мәселесін талқылап, осы ұлт кодын дамытудың маңыздылығын «біздің міндетіміз-жаһандану және цифрландыру тарихи және ұлттық бірегейлікті сақтау маңыздылығын түсіндіру» деген сөзбен атап өткен жөн [15]. Бұл жағдайда бұқаралық ақпарат құралдарының хабарламалары белгілі бір институционалдық және әлеуметтік-тарихи контексттерде қарастырылады, сонымен бірге олардың тілдің айрықша сипатын азаматтық бірегейлік пен сананы қалыптастырудың маңызды және символдық құрылымы ретінде қабылданады. Бұл қоғамдық пікірдің әртүрлі белгілері мен бұқаралық коммуникация аспектілерін жүйелі түрде біріктіреді, мұнда мәдени құбылыс ретінде қарастырылатын бұқаралық коммуникацияны талдаудан басқа, тілдік ерекшеліктер мен мәлімдемелерді идеологиялық өнім ретінде зерттеуге назар аударылды. Бірақ мемлекеттік тілді насихаттаудың барлық артықшылықтарына қарамастан, теледидар азаматтық бірегейлікті қалыптастыруға теріс үлес қоса алады, өйткені егер телешоулар мен бағдарламаларда тек бір тілде болса, бұл теңсіздікке және қоғамның әртүрлі сөйлеу позицияларын қолдайтын топтарға бөлінуіне әкелуі мүмкін. Ақырында, теледидар индустриясы көрермендерді белгілі бір көзқарасқа сендіру немесе тіпті белгілі бір шешім қабылдау үшін түсініктерді ауыстыру, жалған дәлелдеу сияқты әртүрлі манипуляция әдістері арқылы қоғамдық пікірге әсер етуі мүмкін.

«Астана ТВ» - бұл Қазақстанның мәдениетін, тарихы мен дәстүрлерін ілгерілетуге басты назар аударылған телеарна. Телеарна тәулігіне 20 сағат хабар таратады. Бір күнде телеарна шамамен 25-35 бағдарламаны көрсетеді. Қарастырылып отырған кезеңде қазақ тіліндегі эфирдің орташа үлесі 70%-ды құрады. Өз өнімдерінің жалпы көлемінің ең үлкен үлесін көркем, ойын-сауық бағдарламалары мен жаңалықтар құрайды.

Шетелдік өнімдер эфир уақытының 50% алады. Үндістан, түрік және Ресей өндірісінің көптеген шетелдік серияларының болуын атап өткен жөн. Балаларға арналған шетелдік бағдарламалар кеңестік және ресейлік анимация түрінде ұсынылған. Бағдарламалардың мазмұны тұрғысынан көркемдік бағдарламаларға ерекше назар аударылады.

Телеарнадағы өз өнімінің барлық көлемінің ең үлкен үлесі көркемдік (38,1%) бағдарламалар түрінде ұсынылған. Телеарна таратқан шетелдік сериалдар, драма жанры және ең үлкен көлемде түрік өнімі түрінде ұсынылған (47%). Сондай-ақ, балаларға арналған 10,6% көлеміндегі анимациялық фильмдермен эфирді толтыруды атап өткен жөн. Көптеген роликтер мемлекеттік бағдарламалардың іске асырылуын қамтитын ақпараттық және түсіндірме сипатқа ие.

Мазмұнды талдау аясында бұл бұқаралық ақпарат құралы негізінен әртүрлі телешоулар, телехикаялар мен жобалар арқылы азаматтық бірегейлікті қалыптастыратындығын атап өту маңызды. Еліміздің мәдениетін, дәстүрлері мен әдет-ғұрыптарын қолдау тұрғысынан осындай деректі фильмдерді, сондай-ақ танымдық және ойын-сауық шоуларын ерекше атап өтуге болады: «Q-travel», «Тұлға формуласы», «Мың алғыс», «Өңірлерді дамыту», «Тәуелсіздіктің жеті қыры», «Менің тарихым», «Тәуелсіздік дәуірі» [16]. «Астана ТВ» телеарнасында түрік және үнді фильмдері мен телехикаялары ерекше танымал. Бұл бірнеше себептермен түсіндіріледі. Біріншіден, қазақтар мен түріктер бір түркі халқына жатады. Екі мемлекеттің халықтың басым көпшілігі Ислам дінін ұстанады. Үндістан көп ұлтты, көп тілді және көп мәдениетті ел. Сонымен қатар, екі елдің өнімдерін тұтыну этностық және діни орта, дәстүр мен жаңғыру арасындағы тепе-теңдік, отбасы мен туыстыққа баса назар аудару қазақстандықтардың таңдауын түсіндіреді. Ұлттық деңгейдегі көпжылдық достық қарым-қатынастардың бар екенін де ескерген жөн.

«Qazaq TV» – негізгі мақсаты қазақ мәдениетін, тарихы мен дәстүрлерін насихаттау, сондай-ақ Қазақстанды қазіргі және дамушы ел ретінде таныстыру болып табылатын халықаралық телеарна. Телеарна тәулік бойы үзіліссіз хабар таратады. Бір күнде телеарна 20-ға жуық бағдарлама таратады. Бағдарламалар (хабар тарату тілі таңдалғанына байланысты) қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде таратылады. Өз өнімінің жалпы көлемінің ең үлкен үлесін (50%-дан астам) гуманитарлық бағдарламалар құрайды. Шетелдік өнімдердің бағдарламалары телеарнада көрсетілмейді. Телеарнаның хабар тарату торы танымдық хабарлармен толтырылған, әр түрлі жанрлық және тақырыптық қалаулары бар (анимация, ғылым, спорт, саясат, мәдениет, білім, өнер) барлық жас топтарына арналған бағдарламалар ұсынылған.

Телеарнадағы өз өнімінің барлық көлемінің ең үлкен үлесі гуманитарлық бағдарламалар түрінде ұсынылған (58%). Жаңалықтар телеарнада күніне 6 рет қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде эфирге шығады. Телеарна мемлекеттік бағдарламаларды белсенді түрде жариялайды. Жаңалықтар сюжеттерінде мемлекеттік бағдарламалардың, Мемлекет басшысының бастамаларының іске асырылуы, Қазақстанның әлемдік аренадағы рөлі туралы көбірек айтылады. Әлеуметтік роликтер мемлекеттік бағдарламаларға, қазақ халқының адамгершілігі мен мәдениеті мәселелеріне арналған.

«Паленшевтер-4», «Абай жолы», «Мен Қазақстан мен қазақстандықтарды не үшін жақсы көремін», «Мәдени контекст» фильмдері, телехикаялары мен бағдарламалары азаматтық бірегейлікті қалыптастыратын аса ықпалды медиа өнімдердің қатарына жатады [17]. Сондай-ақ, арнаның Түркістандағы «Мағжан» жаңа театрлық спектаклінің ашылуы туралы жаңалықтар материалын атап өткен жөн, онда «қойылым ағарту, халық құқықтары үшін күрес, өткен ғасырдың 20-жылдарының басында қазақ даласына түскен ашаршылық тақырыптарын қозғайды» деген сөз қазақтардың этностық мәдени бірегейлігінің даралығын көрсетеді [18]. Мұндай жаңалықтар қоғамдық пікір, мәдениет және ұлттық бірлік сияқты этностық және азаматтық бірегейлік туралы ақпаратты жариялау кезінде салыстырмалы түрде бекітілген медиа құрылымдарды қалыптастырады. Белгілі бір дәрежеде бұл үш құрылым санаға әсер ете отырып, «күн тәртібін белгілеу» функциясы арқылы адамдар өздерінің ұлты туралы хабардарлықты түсінетін «еліктеу ортасын» жасайды. Осылайша, адамдар бұқаралық ақпарат құралдарын мемлекеттік сәйкестікті саналы түрде құру механизмі ретінде қарастыра отырып, жаңалықтар хабарламаларын күнделікті өмірінің бір бөлігі ретінде алады және түсіндіреді.

Сондай-ақ, теледидар бүкіл ел бойынша таратылатын және цифрлық және инновациялық технологияларды ескере отырып, қоғамға ұлттық мәдениеттің бірлігін сезінуге мүмкіндік беретін ұлттық іс-шаралар мен мерекелердің платформасына айналды. Бір мысал-жыл сайын Тәуелсіздік күнінде өтетін

Қазақстанның Тәуелсіздік рәсімін көрсету. Бұл іс-шара ел тұрғындарына өздерінің ұлттық мәдениеті мен тарихын мақтан тұтуға мүмкіндік береді. Осылайша, қарастырылған барлық телеарналарда азаматтық бірегейлікті қалыптастырудың ең белсенді дамып келе жатқан телевизиялық құралдары жаңалықтар шолуы болып табылатындығын атап өтуге болады.

Телеарналар кең аудиторияны және олардың әлемді қабылдауына және мәдени және ұлттық құндылықтардың қалыптасуына әсер етуі мүмкін ақпарат пен мазмұнның әртүрлі түрлеріне қол жеткізуді қамтамасыз ететіні анықталды. Азаматтық бірегейлікті қалыптастырудың теледидарлық тәсілдерінің ең көрнекті мысалдарының бірі-қоғамға өзінің рөлін түсінуге және білім мен тәжірибеге негізделген өзінің хабардарлығы мен мәдени сәйкестендіруін қалыптастыруға көмектесетін жергілікті мәселелерді, оқиғалар мен қақтығыстарды көрсете алатын теледидар жаңалықтары мен шолулары. Телебағдарламалар мен телехикаялар, сондай-ақ деректі фильмдер ұлттық мақтаньшты сақтай отырып және көрермендердің мәдени бірегейлігін нығайта отырып, мемлекеттің тарихи және этностық ерекшеліктерін көрсете алады [19]. Концерттерді, спектакльдерді, мемлекеттік мерекелер мен музыкалық шоуларды көрсету жаһандан-ған әлемдегі қазіргі қоғамның цифрлық технологияларын ескере отырып, кең аудиторияны тартуға және Қазақстанның көркемдік дәстүрлерін көрсетуге мүмкіндік береді.

Мәдени және ұлттық бірегейлікті қалыптастырудың телевизиялық тәсілдері ондаған жылдар бойы жүзеге асып келеді және ұлттың әлеуметтік құрылысы процесінде маңызды рөл атқарады.

Осылайша, телеарналардың мазмұнды талдауының жалпы нәтижелері жаһандану дәуіріндегі медиа маңызды азаматтық хабардарлық пен мәдени инновациялар арасындағы байланыс екені анықталды. Сыртқы коммуникациялық құралдарды ескере отырып, қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікірдің таралуына жәрдемдесу және мемлекеттік бірегейліктің әсерін одан әрі жақсарту үшін өз дискурсында тарихи және этностық құрамдас бөліктерді пайдаланып келеді. Сондықтан бұқаралық ақпарат құралдары хабардарлық арқылы мемлекетке деген тиістілікті көрсетіп қана қоймай, мәдениеттер мен халықтардың алуан түрлілігін құрметтей отырып, олардың қалыптасуына, азаматтық бірегейлігінің қалыптасуына көмектесуі маңызды. Бұқаралық ақпарат құралдарының коммуникациялық элементтерін барынша тиімді пайдаланған жағдайда, олар қоғамдағы бірлік пен келісімді нығайтуға ықпал ете отырып, азаматтық бірегейлікті қалыптастырудың қуатты құралы бола алады. Жалпы, теледидар Қазақстан Республикасында үлкен аудиторияға ие және қоғамдық пікірді, сондай-ақ ұлттың мәдени және азаматтық құрамдас бөліктерін қалыптастыру үшін зор әлеуетке ие.

Қорытынды. Зерттеу нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдарының азаматтық бірегейліктің қалыптасуына үлкен әсер ететіндігі анықталды. Олардың ішінде Қазақстандағы ең танымал және қолжетімді ақпарат көздерінің бірі болып табылатын теледидар ерекше орын алады. Бұл жеке және ұжымдық деңгейде қоғамдық пікірге айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Теледидардың мәдени хабардарлық-ты қалыптастыратын және қолдайтын көптеген жолдары бар. Телевизиялық интернет-ресурстардың контент-талдауына сәйкес жаңалықтар, тележобалар, телехикаялар, телебағдарламалар, шоулар және деректі фильмдер ең көп қолданылады. Жаңалықтар шолулары азаматтық сәйкестікті қалыптастыруда ең көп мазмұнды алады-38%, одан кейін сериалдар мен фильмдер – 31%, бағдарламалар мен шоулар – 29%. Телевизия индустриясының қазақандықтардың ұлттық түпнұсқалығын қалыптастырудың бір тәсілі-мемлекеттік тілді қолдану, бұл ел мәдениетін сақтауға үлкен үлес қосады. Әр түрлі телешоулар мен тележобалар көрермендерге жергілікті әдет-ғұрыптар мен дәстүрлер туралы білуге мүмкіндік береді, оларды болашақ ұрпақ үшін сақтайды. Оқиғалар мен мерекелердің әртүрлі түрлерін тарату сонымен қатар жергілікті мәдениетке назар аударуға және оның азаматтық сананы қалыптастырудағы маңыздылығын атап өтуге көмектеседі.

Сондай-ақ, бұқаралық ақпарат құралдарының азаматтық бірегейлікті қалыптастыруда теріс салдары болуы мүмкін екендігі анықталды, олар бұрмаланған және теңгерімсіз дискурстармен сипатталады, нәтижесінде мәдениет пен қоғам туралы қате түсініктер пайда болады. Контент-талдаудың арқасында Қазақстан Республикасының қоғамы азаматтық сананың қалыптасуы кезінде әлеуметтік, саяси және этностық құрамдас бөліктердің ықпалының арқасында бұқаралық ақпарат құралдары құратын әртүрлі стереотиптерге бейім екендігі анықталды. Сондықтан, медиа ортасы мәдени және ұлттық бірегейлікті қалыптастыруда оң және теріс салдарға ие, мұнда теледидар сананың құндылық бағдарлары мен мотивациялық тетіктерін қалыптастыру процесінде шешуші рөл атқарады. Өз кезегінде, цифрлық технологиялар ұлтшылдықтың қазіргі көрінісі мен күйін өзгертіп, жаһанданған қоғамның әлеуметтік, саяси және топаралық категориялардағы әлеуметтік жұмылдырылуын анықтайды. Тиісінше, зерттеу мақсатына қол жеткізілді деген қорытынды жасауға болады. Алайда, азаматтық бірегейлікті қалыптас-тыру кезінде медианың әлеуетін қалыптастыратын саяси, әлеуметтік

және мәдени құралдар арасындағы байланысты одан әрі атап өту үшін қосымша зерттеулерді қажет етеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстандағы БАҚ-тың рөлі және ұлттық идея // [Электронды ресурс] URL: <https://tilalemi.kz/article/818-.html> (Қаралған күні: 01.02.2023)
2. Kilybayeva, S., Nurshanov, A. 2020. *The impact of social media on Kazakhstani youth's political behavior, Central Asia and the Caucasus*, 21 (3), 46-48.
3. Mukhamediev, R. I., Yakunin, K., Mussabayev, R., Buldybayev, T., Kuchin, Y., Murzakhmetov, S., Yelis, M. 2020. *Classification of negative information on socially significant topics in mass media, Symmetry*, 12, 1945-1946.
4. Burkhanov, A. 2020. *Multiculturalism and nation-building in Kazakhstan: Trends in media discourse, state policy, and popular perceptions, Muslim World*, 110, 24-26.
5. Шакеева Б., Айтымбетов Н. Ұлт тұтастығының негізі этносаралық өзара татулықтан бастау алады. Аль-Фараби, № 3 (71) 2020 г. - 129-141 б.
6. Шайкемелев М.С. *Казахская идентичность. Монография/ Под. Общ. ред. З.К. Шаукеновой. Алматы: ИФПР КН МОН РК, 2013. – 272 с.*
7. Aitymbetov, N., Toktarov, E., Ormakhanova, Y. 2015. *Nation-building in Kazakhstan: Kazakh and Kazakhstani identities controversy, Bilig*, 74, 18-20.
8. Kudaibergenova, D. 2019. *The body global and the body traditional: A digital ethnography of Instagram and nationalism in Kazakhstan and Russia, Central Asian Survey*, 38 (3), 363-364.
9. Статистика СМИ по состоянию на январь 2023г. // [Электронды ресурс] URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/press/article/details/59221?directionId=145&lang=ru> (Қаралған күні: 17.06.2023)
10. Villegas-Simon, I., Soto-Sanfiel, M. 2021. *Adaptation of scripted television formats: Factors and mechanisms of cultural identity in a global world, International Journal of Communication*, 15, 17-19.
11. Vecchi, A., Silva, E. S., Jimenez Angel, L. M. 2021. *Nation branding, cultural identity and political polarization – an exploratory framework, International Marketing Review*, 38 (1), 96-98.
12. Graf, S., Linhartova, P., Sczesny, S. 2020. *The effects of news report valence and linguistic labels on prejudice against social minorities, Media Psychology*, 23 (2), 219-221.
13. Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., Gentzkow, M. 2020. *The welfare effects of social media, American Economic Review*, 110, 646-648.
14. Ақшию «Анаға мың тағзым» провели в Алматы // [Электронды ресурс] URL: <https://24.kz/ru/news/social/item/590192-aktsiyu-ana-a-mu-ta-uzum-proveli-v-almaty> (Қаралған күні: 17.06.2023)
15. В Алматы общественники обсудили вопрос развития государственного языка // [Электронды ресурс] URL: <https://24.kz/ru/news/social/item/585284-v-almaty-obshchestvenniki-obsudili-vopros-razvitiya-gosudarstvennogo-yazyka> (Қаралған күні: 17.06.2023)
16. Телепроект // [Электронды ресурс] URL: <https://astanatv.kz/ru/projects> (Қаралған күні: 17.06.2023)
17. Qazaq TV — первый национальный спутниковый телевизионный канал Республики Казахстан // [Электронды ресурс] URL: <https://khabar.kz/ru/kazakh-tv> (Қаралған күні: 17.06.2023)
18. Спектакль «Мағжан» открыл театральный сезон в Туркестане // [Электронды ресурс] URL: <https://khabar.kz/ru/news/kultura/item/146507-spektakl-magzhan-otkryl-teatralniy-> (Қаралған күні: 17.06.2023)
19. Eschment, B., De Cordier, B. 2021. *Introduction: Ethnic, civic, or both? The ethnicities of Kazakhstan in search of an identity and homeland, Central Asian Affairs*, 8 (4), 317-318.

References:

1. Qazaqstandagy BAQ-tyн roli zhane ulttyқ idea // [Elektronды resurs] URL: <https://tilalemi.kz/article/818-.html> (Qaralған kuni: 01.02.2023). (In Kaz)
2. Kilybayeva, S., Nurshanov, A. 2020. *The impact of social media on Kazakhstani youth's political behavior, Central Asia and the Caucasus*, 21 (3), 46-48. (In Russ)
3. Mukhamediev, R. I., Yakunin, K., Mussabayev, R., Buldybayev, T., Kuchin, Y., Murzakhmetov, S., Yelis, M. 2020. *Classification of negative information on socially significant topics in mass media, Symmetry*, 12, 1945-1946.

4. Burkhanov, A. 2020. *Multiculturalism and nation-building in Kazakhstan: Trends in media discourse, state policy, and popular perceptions*, *Muslim World*, 110, 24-26.
 5. Shakeeva B., Ajtymbetov N. *Ult tutastygymyn negizi etnosaralyq ozara tatulyqtan bastau alady*. *Al-Farabi*, № 3 (71) 2020 g. - 129-141 b. (In Kaz)
 6. Shajkemelev M.S. *Kazahskaja identichnost'. Monografija/ Pod. Obshh. red. Z.K. Shaukenovoj*. Almaty: IFPR KN MON RK, 2013. – 272 s. (In Russ)
 7. Aitymbetov, N., Toktarov, E., Ormakhanova, Y. 2015. *Nation-building in Kazakhstan: Kazakh and Kazakhstani identities controversy*, *Bilig*, 74, 18-20.
 8. Kudaibergenova, D. 2019. *The body global and the body traditional: A digital ethnography of Instagram and nationalism in Kazakhstan and Russia*, *Central Asian Survey*, 38 (3), 363-364.
 9. *Statistika SMI po sostojaniju na janvar' 2023g.* // [Jelektrondy resurs] URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/press/article/details/59221?directionId=145&lang=ru> (Qaralghan kuni: 17.06.2023). (In Russ)
 10. Villegas-Simon, I., Soto-Sanfiel, M. 2021. *Adaptation of scripted television formats: Factors and mechanisms of cultural identity in a global world*, *International Journal of Communication*, 15, 17-19.
 11. Vecchi, A., Silva, E. S., Jimenez Angel, L. M. 2021. *Nation branding, cultural identity and political polarization – an exploratory framework*, *International Marketing Review*, 38 (1), 96-98.
 12. Graf, S., Linhartova, P., Sczesny, S. 2020. *The effects of news report valence and linguistic labels on prejudice against social minorities*, *Media Psychology*, 23 (2), 219-221.
 13. Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., Gentzkow, M. 2020. *The welfare effects of social media*, *American Economic Review*, 110, 646-648.
 14. *Akciju «Anaga myn tagzym» proveli v Almaty* // [Jelektrondy resurs] URL: <https://24.kz/ru/news/social/item/590192-aktsiyu-ana-a-my-ta-yzym-proveli-v-almaty> (Qaralghan kuni: 17.06.2023). (In Russ)
 15. *V Almaty obshhestvenniki obsudili vopros razvitiya gosudarstvennogo jazyka* // [Jelektrondy resurs] URL: <https://24.kz/ru/news/social/item/585284-v-almaty-obshchestvenniki-obsudili-vopros-razvitiya-gosudarstvennogo-yazyka> (Qaralghan kuni: 17.06.2023). (In Russ)
 16. *Teleproekty* // [Jelektrondy resurs] URL: <https://astanatv.kz/ru/projects> (Qaralghan kuni: 17.06.2023). (In Russ)
 17. *Qazaq TV — pervyj nacional'nyj sputnikovyj televizionnyj kanal Respubliki Kazahstan* // [Jelektrondy resurs] URL: <https://khabar.kz/ru/kazakh-tv> (Qaralghan kuni: 17.06.2023). (In Russ)
 18. *Spektakl' «Magzhan» otkryl teatral'nyj sezon v Turkestane* // [Jelektrondy resurs] URL: <https://khabar.kz/ru/news/kultura/item/146507-spektakl-magzhan-otkryl-teatralniy-> (Qaralghan kuni: 17.06.2023). (In Russ)
- Eschment, B., De Cordier, B. 2021. *Introduction: Ethnic, civic, or both? The ethnicities of Kazakhstan in search of an identity and homeland*, *Central Asian Affairs*, 8 (4), 317-318