

FTAMP 19.21.11

<https://doi.org/10.26577/HJ20257736>**А. Сайлауқызы*** , **Н.Е. Қасымхан** , **Д.Е. Гумарова** 

Maqsut Narikbayev University, Халықаралық журналистика мектебі, Астана, Қазақстан

*e-mail: alma.sailaukyzy@gmail.com

МЕДИАНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ОТБАСЫЛЫҚ ҚҰНДЫЛЫҚТАРҒА ӘСЕРІ

Бұл зерттеу мақаласы Қазақстандағы отбасылық құндылықтарға медианың әсерін талдайды. Зерттеу медианың, оның ішінде бұқаралық ақпарат құралдарының отбасы институтына ықпалын, оның ішінде некеге, гендерлік рөлдерге және отбасы мүшелерінің бірлесіп уақыт өткізуі секілді құндылықтарға әсерін қарастыруды мақсат етеді. Медианың дәстүрлі отбасылық құндылықтарға әсерін ғылыми тұрғыдан пайымдау сол саладағы түйткілдердің себеп-салдарын бағамдауға ықпалдасады. Аталған тақырыпты барынша ашып, түйінді пайым жасау үшін ғылыми-эмпирикалық әдістер арқылы салыстырмалы көрнекі кестелер дайындалған. Медиа арқылы таралатын ақпараттың отбасыға деген көзқарасты қалай өзгертетіні және оның жастар мен ересектер арасындағы айырмашылықтары ғылыми тұрғыдан сарапталып, негізгі сипаттары анықталған. Статистикалық деректер мен әлеуметтік зерттеулер негізінде қазақстандық отбасылар үшін маңызды факторлар айқындалады. Медиа контенттің отбасылық құндылықтарға психологиялық ықпалы қарастырылып, оның әлеуметтену процесіндегі рөлі де сараланады. Ғылыми мақаладағы тұжырымдар журналистика, коммуникация, қоғаммен байланыс, психология сондай-ақ әлеуметтану, саясаттану, құқықтану бағытында білім алушыларға аталған тақырып бойынша танымдық-теориялық тұрғыдан түсінік беруге көмектеседі. Сонымен қатар зерттеу мақаласы медианың отбасы құндылықтарына деген әсерін зерттеп-білгісі келетін басқа да сала мамандарына пайдалы болмақ.

Түйін сөздер: медиа, отбасы құндылықтары, медиаконтент, неке, гендерлік рөлдер.

A. Sailaukyzy*, N.E. Kasymkhan, D.E. Gumarova

Maqsut Narikbayev University, International School of Journalism, Astana, Kazakhstan

*e-mail: alma.sailaukyzy@gmail.com

The Influence of the Media on Family Values in Kazakhstan

This research article examines the influence of media on family values in Kazakhstan. It aims to explore how media and mass communication channels affect the institution of the family – particularly in relation to values such as marriage, gender roles, and shared family time. By analyzing the media's impact on traditional family values from an academic perspective, the study contributes to a deeper understanding of the root causes and consequences of ongoing societal changes in this area. To thoroughly address the topic and derive key insights, the article employs both scientific and empirical methods, including comparative visual tables. It investigates how media-distributed content alters perceptions of family and highlights generational differences in media influence. Drawing on statistical data and sociological research, the study identifies the core values that are significant to families of Kazakhstan. Additionally, it examines the psychological effects of media content on family values and its role in the socialization process. The findings of this scholarly article provide theoretical and conceptual insights for students of journalism, communications, public relations, psychology, sociology, political science, and law. Furthermore, this research will be valuable for anyone interested in understanding how media shapes family values.

Keywords: media, family values, media content, marriage, gender roles.

A. Сайлауқызы*, Н.Е. Қасымхан, Д.Е. Гумарова

Maqsut Narikbayev University, Школа международной журналистики, Астана, Казахстан

*e-mail: alma.sailaukyzy@gmail.com

Влияние медиа на семейные ценности в Казахстане

В данной статье рассматривается влияние медиа на семейные ценности в Казахстане. Цель исследования – изучить, каким образом средства массовой информации и коммуникационные каналы влияют на институт семьи, в частности, на такие аспекты, как брак, гендерные роли и совместное семейное времяпрепровождение. Анализируя влияние медиа на традиционные семейные ценности с академической точки зрения, исследование способствует более глубокому пони-

манию коренных причин и последствий происходящих социальных изменений в данной сфере. Для всестороннего раскрытия темы и формулирования ключевых выводов в статье используются научные и эмпирические методы, включая сравнительные визуальные таблицы. В работе исследуется, как распространяемый через медиа контент влияет на восприятие семьи, а также подчеркиваются различия в этом воздействии между поколениями. Основываясь на статистических данных и социологических исследованиях, статья выявляет ключевые ценности, значимые для казахстанских семей. Кроме того, анализируется психологическое воздействие медийного контента на семейные ценности и его роль в процессе социализации. Полученные результаты представляют собой теоретическую и концептуальную ценность для студентов, обучающихся по направлениям журналистики, коммуникации, связей с общественностью, психологии, социологии, политологии и юриспруденции. Кроме того, это исследование будет полезно всем, кто интересуется ролью медиа в формировании семейных ценностей.

Ключевые слова: медиа, семейные ценности, медиаконтент, брак, гендерные роли.

Кіріспе

Отбасы – қоғамның негізгі институттарының бірі, оның тұрақтылығы мен дамуы әлеуметтік құндылықтардың сақталуына тікелей байланысты. Қазақстанда отбасылық құндылықтар дәстүр мен заманауи ықпалдардың әсерінен біртіндеп өзгеріп жатыр деген пікір бар. Медиа, БАҚ, әсіресе цифрлық платформалар, некеге, гендерлік рөлдерге, ата-аналық міндеттерге деген көзқарасты қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Әлеуметтік желілер, телебағдарламалар мен жаңалықтар қоғамның отбасылық қатынастарды қабылдауына ықпал етіп жатыр.

Зерттеу тақырыбының өзектілігі – Қазақстандағы отбасылық құндылықтардың өзгеруіне медианың әсерін анықтау қажеттілігінде жатыр. ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігіне қарасты қоғамдық процестерді зерттеу саласындағы жетекші ғылыми ұйымның бірі Қазақстандық қоғамдық даму институтының (ҚҚДИ) 2022 және 2024 жылдардағы «Қазақстан отбасылары» атты ұлттық баяндамасы қоғамдағы отбасы институтының өзгерісін көрсетті. (Бейсенбаев және басқалар, 2024:3). Ондағы «Медиатүтинудың заманауи практикасы контекстіндегі неке-отбасы қарым-қатынастары» атты бөлімде біршама зерттеу нәтижелері бар, алайда нақты медиа-өнімдердің бұл өзгерістерге ықпалы коммуникация ғылымының әдіс-тәсілдері арқылы толыққанды және жан-жақты терең зерттелген деуге келмейді. Әсіресе ол жерде неке, ажырасу және гендерлік рөлдерге қатысты көзқарастардың қалыптасуында медианың қандай рөл атқаратыны туралы кешенді талдаулар кемшін.

Материал мен әдістер

Бұл зерттеу медианың Қазақстандағы отбасылық құндылықтарға ықпалын анықтауға

бағытталған. Ғылыми мақаланы жазу барысында зерттеудің бірнеше эмпирикалық тәсілдері қолданылды. Зерттеу әдістеріне контент-талдау, сауалнама, сұхбат және статистикалық талдау кірді. Бұл тәсілдер медианың отбасы институтына әсерін кешенді бағалауға мүмкіндік береді.

Зерттеу негізгі үш кезеңнен тұрды:

- Контент-талдау – теледидар, әлеуметтік желілер, жаңалықтар мен жарнамадағы отбасы бейнесін зерттеу.

- Әлеуметтік зерттеу – сауалнама (әртүрлі жастағы топтар арасында).

- Деректерді талдау – алынған ақпаратты статистикалық өңдеу және қорытынды жасау.

Бұл зерттеу медианың отбасы құндылықтарына әсерін қарастырып, оның трансформациялық ықпалын анықтауды мақсат етті. Мақаланы жазу барысында алынған нәтижелер медиа саясат пен отбасы мәселелеріне қатысты шешімдер қабылдауда, медиапсихологияның қоғамдық санаға әсерін зерделеуде, сонымен бірге дәстүрлі құндылықтарды сақтау стратегияларын медианың мүмкіндігін қарастырып әзірлеуде қолданылуы мүмкін.

Әдебиеттерге шолу

Зерттеу материалы ретінде Қазақстандық қоғамдық даму институтының (ҚҚДИ) 2022 және 2024 жылдардағы зерттеулері (Бейсенбаев және басқалар, 2024), «Қазақстанда отбасымен бірге демалу ерекшеліктері» тақырыбындағы әлеуметтанулық зерттеу нәтижелері бойынша талдау баяндамасы (Николаева және басқалар, 2024) «Жалпыұлттық құндылықтар: стратегиялық бағдарға шолу» тақырыбындағы талдау баяндамасы (Чеботарев, 2024), «Қазақстандағы отбасылық саясат және демографиялық трендтер: 2022-2024» тақырыбына арналған аналитикалық шолу (Николаева, Туремуратов, 2024)

сияқты қазақстандық және шетелдік ғылыми еңбектер, БАҚ материалдары қарастырылды. Әлеуметтік желілердегі контент те талдауға алынды. Атап айтар болсақ: Madeniportal.kz, Dalanews.kz, Aikyn.kz, Abai.kz ақпараттық агенттіктері. Сонымен қатар Маршалл Маклюэннің “Understanding Media: The Extensions of Man” (McLuhan, 2008) кітабы, Эрик Ариастың “How Does Media Influence Social Norms? Experimental Evidence on the Role of Common Knowledge” ғылыми мақаласындағы (Arias, 2018) және тағы да басқа Қазақстан, ТМД, АҚШ, Еуропа қайнар-көздердегі тұжырымдар сараланды.

Нәтижелер мен талқылау

Отбасылық құндылықтар – адамзат қауымдастығының некелік, ата-аналық, туыстық тұрғыдан байланысқан, бірегей бірлескен іс-әрекетінің негізіне жататын объектілер және олардың мәндік тұрғыдан жағымды және жағымсыз көрсеткіштері; объектілердің адамзаттың тіршілік саласына, қызығушылығына, сұраныстарына, әлеуметтік қарым-қатынастарына тиістілігі. (Нишанбаева, 2019: 56). Сондай-ақ отбасылық құндылықтар – отбасы туралы түсініктер, моральдық бағыттар мен нормалар жиынтығы, олар отбасы мүшелерінің қарым-қатынасына және өмірлік қызметін ұйымдастыру тәсілдеріне ықпал етеді. Әр отбасыға тән жеке түсініктерді қамтиды. (Селезнева, 2021: 275).

Келесі бір ғалымның пікірінше, отбасылық құндылықтар – қоғамда қалыптасқан отбасы туралы түсініктер, олар отбасылық стратегиялар мен қарым-қатынас тәсілдерін таңдауға әсер етеді. Бұл құндылықтар әлеуметтік институт ретіндегі отбасының дамуы барысында өзгеріп отырады. (Черникова, Мазаева, 2019).

Қазіргі заманғы отбасы мәселелері өмір салтының өзгеруімен тікелей байланысты болып келеді. Некеге түру көрсеткішінің төмендеуі, ажырасудың көбеюі, қайта некелесу, жалғызбасты ата-аналар санының өсуі негізгі өзгерістердің қатарына жатады. Отбасылық құндылықтар туралы пікірталастар осы өзгерістердің салдары мен ықпалын талдауға негізделеді. Ұлыбритания мен АҚШ-та олар тұрақты неке, бала тәрбиесі, гендерлік рөлдерді сақтау және үкімет саясаты арқылы дәстүрлі отбасылық үлгіні қолдаумен байланысты. Қоғамда дәстүрлі модельден ауыт-

қулар әлеуметтік мәселелердің негізгі себебі ретінде қарастырылады. (Jagger, Wright, 1999).

2024 жылғы ұлттық баяндамадағы құндылықтар тізімі келесідей: «Бір-біріне қамқорлық жасау, өзара сыйластық, қолдау», «Эмоционалды-психологиялық жайлылық», «Материалдық қамтамасыз етілгендік», «Махаббат», «Балалар», «Бірлесіп уақыт өткізу», «Сенім, көзқарастардағы ұқсастық, өзара түсіністік», «Ата-аналарға, аға буынға көмек», «Ұрпақтар сабақтастығы», «Жақын туыстармен араласу, отбасы мерекелері, мерейтойлар». (Бейсенбаев және басқалар, 2024:57)

Қазақстан жағдайын суреттейтін бұл баяндаманы негізге ала отырып, біздің отбасылар үшін дәстүрлі гендерлік рөлдердің сақталуы мен заңды неке қиюдың аса маңызды екенін байқауға болады. Бұл ғылыми жұмыста келесі отбасылық құндылықтар төңірегінде талдау жүргізіледі: дәстүрлі гендерлік рөлдердің сақталуы, заңды неке қию (отбасын құру) және отбасы мүшелерімен бірлесіп уақыт өткізу. (Бұл жерде анықтай кететін бір жайт, көптеген азаматтарымыз үшін толыққанды неке қию – бұл мемлекеттік азаматтық хал актілерін тіркеу органдарында заңды түрде тіркелген және діни тұрғыдан да (неке қию рәсімі, «Никах») мойындалған неке болып саналады).

1. Дәстүрлі гендерлік рөлдердің сақталуы: «Қазақстандық отбасылар – 2022» ұлттық баяндамасының талдау нәтижелері көрсеткендей, қазақстандық отбасыларда ер адам отағасы болып саналса, әйелдердің міндеті – үй жұмысымен айналысу. Көпшілік жағдайда ерлер де, әйелдер де осылай ойлаған. Әйелдер балалармен жиі уақыт өткізеді, ал ер адамдар отбасын материалдық қамтамасыз етуге жауап береді. Әдетте әйелдердің жұмысы отбасылық бюджетке маңызды үлес қосып жатқан фактор ретінде қарастырылмайды. (Қайдарова және басқалар, 2022: 91).

Гендер мәселесі бойынша баяндамадағы сауалнама нәтижелерін қарастырар болсақ, балалармен көбіне бірге болатын ер адамдар емес (25,6%) әйелдер (44,5%) екенін көруге болады. Бұл деректер интенсивті ата-ана болу идеологиясын, әдетте ерлер емес, әйелдер жүзеге асыратынын және отбасының психоэмоционалды әл-ауқатына да жауапты әйелдер екенін растайды (1-сурет). (Қайдарова және басқалар, 2022: 67).



1-кесте – Балалармен бірге өткізетін уақыт, жынысы бойынша бөлу

2. *Неке қию:* ҚҚДИ 2024 жылы жүргізген әлеуметтанулық зерттеу нәтижелері Қазақстан қоғамында неке құруға деген көзқарастың рационалды бола бастағанын көрсетеді. Респонденттердің басым бөлігі некеге тұруға дайындықтың маңызды екенін атап өткен. «Дайындық» ұғымына өзінің қабілетін іске асыра білу, қаржылық сауаттылық пен қарым-қатынастағы психологияны түсіну деген параметрлер енетін өмірлік тәжірибе, даналықты жатқызған. Дәлел ретінде: қазақстандықтар үшінші онжылдықтың алғашқы жартысын көбінесе білім алуға, мансап жасауға, саяхаттауға арнайды да, ал отбасын құру процесі кейінге қалдырыла бастаған. Бұл үрдіс алғашқы неке құрудың орташа жасын арттырып барады. 2014 жылы ер азамат үшін неке жасы орташа есеппен 27.1 болса, 2023 жылы

ол 28 жасты құраған. Ал 2014 жылы әйелдер орташа есеппен алғанда 24.6 жасында тұрмысқа шықса, 2023 жылы ол көрсеткіш 25.2 жасты құраған. (Бейсенбаев және басқалар, 2024) 2023 жылғы деректер бойынша қалада тіркелген некелер саны 1000 адамға шаққанда 6.5-ті құраған. Бұл – соңғы 20 жылдағы ең төменгі көрсеткіш. Ал ауылда 2023 жылы бұл көрсеткіш қаладан да төмен болып, 5.4-ті көрсетті. Соңғы алты жыл бойы ауылда некеге тұру көрсеткіші 5.5 пен 5.2 аралығында тұрақты болып тұрғанын атап өтуге болады.

3. *Отбасы мүшелерімен бірлесіп уақыт өткізу:* Қазақстандық қоғамдық даму институтының (ҚҚДИ) 2022 жылғы зерттеуінде ата-аналардың жұмысбастылығы балалармен бірге уақыт өткізуге кедергі келтіретіні анықталды. Әйелдердің 44,5%-ы, ал ерлердің 25,6%-ы ғана балаларымен үнемі бірге уақыт өткізетінін мәлімдеген. (Қайдарова және басқалар, 2022) Ал 2024 жылғы «Қазақстан отбасылары» әлеуметтік зерттеуіне сүйенсек, «бірлесіп уақыт өткізу» құндылығы этносаралық бөліністе келесідей нәтиже көрсетті:

- Қазақтар арасында – 10,7%
- Орыстар арасында – 7,7%
- Басқа этностар арасында – 18%

Бұл тенденция заманауи өмір салтының, әсіресе жұмыс пен оқудың көп уақытты алатынын, сондай-ақ отбасылық уақыт өткізуге деген көзқарастың өзгергенін білдіруі мүмкін. (Poles, 2025). Бұл бағыттағы зерттеулер отбасы институтының дамуын түсінуге маңызды негіз болады.

2-кесте – 2022 және 2024 жылдардағы ҚҚДИ-дің зерттеулері нәтижесін салыстыру

Салыстыру критерийлері	2022 жыл	2024 жыл	Өзгеріс динамикасы мен трендтер
Ең маңызды құндылықтар	Қамқорлық, өзара сыйластық – 72,8%.	Қамқорлық, құрмет, қолдау – респонденттердің жастарына байланысты 59,1%-дан 65,1%-ға дейін.	Қамқорлық пен сыйластық маңызды құндылық болып қала береді, бірақ көрсеткіш сәл төмендеген.
Махаббат	39,5% респондент махаббатты негізгі құндылық ретінде атады.	Махаббат – барлық жастағы респонденттердің 42-49%-ы үшін маңызды құндылық.	Махаббаттың маңыздылығы аздап артқан; барлық жастағы респонденттер үшін негізгі құндылық ретінде танылған.
Балалар	37,4% респондент балаларды ең маңызды құндылық ретінде атады.	Балалар – барлық топтарда 38-42%; жастар арасында 29,6%.	Балалардың маңыздылығы жалпы жоғарылаған, бірақ жастар арасында бұл көрсеткіш едәуір төмендеген.

Салыстыру критерийлері	2022 жыл	2024 жыл	Өзгеріс динамикасы мен трендтер
Ұрпақтар сабақтастығы	Ұрпақтар сабақтастығы – тек 4,5%.	Ұрпақтар сабақтастығы мен туыскандармен қарым-қатынас аса маңызды емес құндылықтар ретінде қалды. (4,8 – 7,2 % аралығында)	Ұрпақтар сабақтастығының маңыздылығы екі жылда да төмен. Бұл отбасылардың даралануының (нуклеаризация) белгісі.
Туған-туыстармен қарым-қатынас	Отбасылық дәстүрлер мен жақын туыскандармен араласу – тек 9,9%.	Жастар мен басқа топтар арасында бұл құндылықтар маңызды емес деп танылған. (8,4-13,1%)	Қазақстандық отбасылардың даралануы тереңдей түскен.
Бірге уақыт өткізу	Уақытты бірге өткізу – 13,8%.	Респонденттердің көпшілігі отбасындағы эмоционалды тұрақтылықты атаған. (8,9-12,9%)	Құндылықтар фокусы материалдық емес, эмоционалдық қажеттіліктерге көбірек бағытталған.
Ерекшеліктер	Кейбір респонденттер отбасылық құндылықтардың анықтамасын толық түсінбеді.	Кейбір респонденттер «сабыр», «тыныштық» сияқты құндылықтарды атады, бұл заманауи өмірдегі стреске байланысты жауап болуы мүмкін.	Құндылықтарды түсіну мен қабылдауда әртүрлі көзқарастар сақталып отыр.

Қазақстан отбасыларының құндылық бағдарларының динамикасын салыстыру барысында 2022 және 2024 жылдары «Қазақстан отбасылары» ұлттық баяндамасы аясындағы әлеуметтанулық зерттеу нәтижелері тұрақтылық көрсетгі – барлық жауап нұсқалары бойынша айырмашылық 5%-дан аспайды. Ең танымал құндылық: «Бір-біріне қамқорлық, өзара құрмет, қолдау» (-10,1%).

Медианың құндылықтарға әсері

Медиа әсерлер ұғымы аудитория мүшелерінің көзқарастары мен қабылдауына бұқаралық ақпарат құралдарының қалай ықпал ететінін түсіндіретін теорияларды қамтиды. (Porismita Borah, 2016). Некеге қатысты медианың әсері: Ақпараттық кеңістіктің трансформациясы некенің дәстүрлі рөлін өзгертіп, адамдардың отбасын құру туралы шешім қабылдауына жаңа көзқарастар қосты. Олар:

1) Некеге деген қорқыныштың күшеюі

Масс-медида ажырасулар, отбасылық жанжалдар, экономикалық қиындықтар, ерлі-зайыптылардың бір-біріне опасыздық жасауы сияқты оқиғалар жиі талқыланады. Мысалы, телесериалдар мен фильмдерде әйелдердің отбасы үшін өз мансабынан бас тартуы, күйеуінің сатқындығы немесе тұрмыстық зорлық-зомбылық көріністері жиі кездеседі. Бұл жастар арасында неке институтына деген сенімсіздікті күшейткен. Оған қоса әлеуметтік желілер танымал адамдардың ажырасуы, отбасылық жанжалдары жиі жария етеді. Мұндай ақпараттық

толқын «Ажырасу – оңай шешім» деген ойды қалыптастыруы мүмкін. Жаһандық ақпараттық ағымда неке қию мен бала туу жауапкершілігі туралы қорқыныштың өсуіне ықпал ететін тікелей трендтер таралып жатыр. Мысалы, childfree қозғалысы, no-marriage culture идеялары жастар арасында кеңінен танымал болуда.

2) Некенің жаңа формалары

Қазақстандықтардың неке туралы түсінігі бұрынғыдан өзгеше сипат алып барады. «Азаматтық неке», «Кеш неке» тренді дамып жатыр – жастар алдымен қаржылық тұрақтылыққа, мансапқа, өзін-өзі дамытуға мән береді. (Бейсенбаев және басқалар, 2024:36). «Өзің үшін өмір сүр» идеологиясы күшейіп, отбасы құрудың маңыздылығы белгілі бір дәрежеде төмендеп барады.

Гендерлік рөлдерге қатысты медианың әсерін бірнеше фактормен сипаттай аламыз. Ең алдымен, дәстүрлі медианың ықпалы. Телебағдарламалар мен газеттердегі контент көбінесе әйелдердің үй шаруасына, ерлердің отбасысын асырауға жауапты екенін көрсетеді. Көптеген сериал мен ток-шоулар «Отбасылы әйел – бақытты әйел» деген идеяны насихаттаса да, мансап пен отбасын үйлестірудің қиындығын да алға тартады. Зерттеуші А.Тілеулесова «Гендер және Қазақстан қоғамы» кітабында соңғы жылдары кейбір бағдарламалар отбасындағы гендерлік теңдік, әйелдердің экономикалық дербестігі сынды тақырыптарды жиі көтере бастағанын айтады. (Тілеулесова, 2022:117)

Соңғы жылдары дәстүрлі медиа салмақтылық пен жауапкершіліктен алшақтап, ойынсауық форматына көбірек мән бере бастағаны мәлім. Ақпараттық контенттің азаюы, әлеуметтік маңызы бар тақырыптардың шоу элементтерімен берілуі медианың аудиторияны тарту мақсатындағы өзгерісін көрсетеді. Бұл үрдісті заң шығарушы және атқарушы билік те байқап отыр. Мысалы, 2024 жылы ҚР Парламентінің Мәжіліс депутаты Еділ Жаңбыршин дәстүрлі құндылықтарды дәріптейтін телебағдарлама қажеттілігі туралы депутаттық сауал жолдады. Осыдан кейін қысқа мерзім ішінде «Хабар» телеарнасында қазақ халқының ұлттық салт-дәстүрлерін заманауи тілмен түсіндіріп, насихаттайтын «Дәстүр» бағдарламасы эфирге шыға бастады. Бұл жағдай бірнеше мәселені айқындайды:

1. Депутаттар отбасылық институттың жағдайының күрделене түскенін түсінеді.
2. Атқарушы билік медианың қоғамға ықпал ететін күшін мойындайды.
3. Технологиялық даму мен цифрландыру нәтижесінде жаңа бағдарламалардың ашылуына аз уақыт кетеді, ал телевизиялық өндірістің оңтайлануы декорация құру және студия дайындау мәселелерін жеңілдетті.

Цифрлық медианың ықпалы: Әлеуметтік желілерде гендерлік теңдікке қатысты пікірталастар күшейіп, әйелдердің құқығы, мансаптық мүмкіндіктер, отбасы ішіндегі тең рөлдер жиі талқыланады. Instagram, TikTok, YouTube сияқты платформаларда әйелдердің мансапқа ұмтылуы, әкелердің бала тәрбиесіне араласуы, үй шаруасын теңдей бөлісу мәселелері кеңінен насихатталады. Цифрлық кеңістікте дәстүрлі құндылықтарды жақтаушылар мен прогрессивті көзқарасты ұстанушылар арасында қызу пікірталастар болып тұрады.

Цифрлық медиа арқылы қоғамда қалыптасқан дүниетанымға қайшы ұғымдардың келуін келесідей мысалмен сипаттауға болады. Этнограф, тарихшы Тұрар Сәттарқызының айтуынша, медиа арқылы таралған заманауи мерекелер мен трендтер қазақ мәдениетінде бұрыннан бар дәстүрлерге ұқсас болғанымен, олардың түпкі мәні мен мағынасы өзгеше. Мәселен, соңғы жылдары кең таралған «Gender party-дің» қазақ қоғамында дәстүрлі баламасы – құрсак шашу. Бұл – болашақ ананың денсаулығына көңіл бөліп, оған қолдау көрсетуге бағытталған ізгі дәстүр. Сол сияқты, қазіргі таңда танымал болып жатқан «Цветная вечеринка» ұлттық мерекелеріміздегі түстер үйлесімі мен әшекейлердің мағыналық

жүктемесін еске салады, алайда олар көбіне әлеуметтік желілерге лайықталған сәндік шараларға айналып отыр. Оның пікірінше, мұндай жаңа дәстүрлерді толығымен қабылдау немесе жоққа шығару дұрыс емес, керісінше, оларды ұлттық құндылықтармен үйлестіре отырып, мәдени сәйкестікті сақтау маңызды. («Хабар» агенттігі, 2025).

Әлеуметтік медиада аталған тақырып бойынша зерттеу әдістері қолданылып, нәтижелер алынды. Жастар жиі көретін TikTok желісінде контент-анализ жасау үшін «отбасы», «неке», «отбасы құндылықтары» сөздерімен байланысты алгоритм ұсынған кездейсоқ видеолар талдауға алынды.

«Отбасы» сөзіне қатысты контент:

- өмірдегі ең басты құндылық;
- бала тәрбиесінің маңыздылығы;
- отбасындағы коммуникацияның нашарлауы;
- уағыз: отбасындағы әйелдің рөлі;
- ене мен келін мәселесі;
- бірге үй шаруасын істеу;
- отбасымен бірге уақыт өткізудің жетіспеушілігі.

Айта кетерлік бір жайт, TikTok-та отбасы негізгі өмірлік құндылық ретінде көрсетіледі, алайда оның аясында гендерлік рөлдер мен отбасылық қатынастарға қатысты мәселелер жиі көтеріледі. «Неке» сөзіне қатысты контент 100 пайыз діни видеоларды құрады. TikTok-та неке тақырыбы көбінесе исламдық көзқараспен түсіндіріліп, оның әлеуметтік-экономикалық немесе психологиялық аспектілері екінші орынға қойылады. Орыс тілінде «брак» сөзін енгізіп, іздеп көргенде, келесідей нәтиже шықты:

- отбасындағы әйелдің рөлі;
- некедегі қиындықтар;
- әйелдерді өзін сыйламайтын ерден кетуге шақыру;
- әйелдің бақытсыздығы;
- ажырасудың көптігі;
- жастардың некеге дайындықтың маңыздылығына басымдық беруі;
- ажырасуға әйелді кінәлау мәселесі;
- ер адамдарға жүктелетін зор жауапкершілік;
- ажырасудың басты себебі – некедегі жұптардың қаржылық тәуелділігі;
- әйелдерге арналған «Отбасыңды сақтап қал» меседжі.

Неке тақырыбына қарағанда, «брак» сөзін қамтитын видеолар отбасы өміріндегі дағдарыс пен теңсіздік мәселелерін жиі қозғайды.

Мұнда ажырасу, қаржылық тұрақсыздық және гендерлік рөлдерге қатысты сын басым.

«Отбасы құндылықтары» тіркесіне қатысты контент сипаты келесідей:

- ерлер отбасыға көп көңіл бөлуі керек;
- балаларға назар аудару қажет;
- отбасы құрған кезде әр тараптың құндылықтары бірдей болуы шарт;
- әйелдер отбасы үшін өзін құрбан етеді;
- ең маңызды құндылық – бір-біріне қолдау көрсету.

TikTok-та отбасылық құндылықтар екі жақтан: дәстүрлі және діни ұстанымдар арқылы түсіндіріледі. Отбасындағы ер мен әйелдің рөлі қатаң бөлінеді, ал негізгі құндылықтар ретінде қолдау, балалар тәрбиесі, бір-біріне көңіл бөлу насихатталады. Токетерін айтар болсақ, TikTok-та отбасы құндылықтары мен неке көбінесе діни және дәстүрлі тұрғыда сипатталады. Неке туралы пікірталастар тек діни аспектілерге негізделсе, «брак» термині көбінесе ажырасу, әйелдердің қиындықтары және қаржылық тұрақсыздық мәселелерімен байланыстырылады. Отбасы құндылықтары ер мен әйелдің рөлін нақты бөлуге және әйелдердің отбасына басымдық беруіне негізделген. Бұл платформа отбасы тақырыбын дәстүрлі, патриархалды көзқарастар арқылы көрсететіні аңғарылады.

Дәстүрлі медиада да контент талдау жүргізілді. Талдауға Қазақстандық телеарналардағы жоғары рейтингке ие отбасы тақырыбына байланысты келесі телебағдарламалар алынды: «31-арнадағы» «Келіндер бәйгесі» мен «Әке...сіз»; «Жібек жолы» арнасындағы «Ана болғым келеді», «Хабар» арнасындағы «Келінжан» телехикаясы және «Еуразия» арнасындағы «Qos Like» шоуы. Талдау нәтижесінде Қазақстандағы отбасылық құндылықтарға медиа бірнеше бағытта әсер ететіні анықталды. «Келіндер бәйгесі» ток-шоуы дәстүрлі той рәсіміне қатысты эстетикалық көзқарас қалыптастырып, келіндік мінез-құлықтың, сән мен дәстүрдің қиылысуына жағдай жасайды. «Әке...сіз» телесериалы отбасылық құрылымның ажырамас бөлігі – әкенің рөліне назар аудартып, әке мен отбасы арасындағы эмоционалды байланысты қайта қарауға ықпал етеді. «Ана болғым келеді» жобасы әйелдердің жүктілік жолындағы қиындықтарын ашып көрсетіп, ана болуға деген ұмтылысты, медициналық және әлеуметтік қолдаудың маңыздылығын айқындайды. «Келінжан» телесериалы дәстүр мен қазіргі заманның арасындағы диалогты қамтамасыз етіп, отбасылық құндылықтардың

уақыт өте өзгерген сипатын көрсетеді. Ал «Qos Like» шоуы жастардың өмірлік жар іздеу үрдісін заманауи форматта ұсынумен қатар, романтикалық идеалдарды және отбасылық құндылықтардың қайта қалыптасуын көрсетіп, жастар арасында жеке тұлғалық даму мен өзара қарым-қатынастың өзгеруін насихаттайды. Қазақстандық телеарналардағы әр бағдарлама өзіне тән ерекшеліктері арқылы ұлттық мәдениеттің және отбасылық құндылықтардың дамуына, сондай-ақ заманауи қоғамдағы дәстүр мен жаңашылдықтың өзара әрекеттесуіне ықпал етіп отыр деуге болады.

Ақпараттық сайттар арасында контент-анализ жүргізу үшін Zero.kz сайтының ақпаратына сәйкес рейтингісі жоғары 4 ақпараттық агенттік нысанаға алынды. Олардың ішінде: Madenportal.kz, Dalanews.kz, Aikyn.kz, Abai.kz. Әр сайттың контентін талдау үшін 2025 жылдың қаңтар айында отбасы және отбасы құндылықтары тақырыбына қатысты мақалалар таңдалып, олардың барлық мақалалар ішіндегі үлесі есептелінді. (Есептеу жуықтап алынған).

Madenportal.kz сайтында айына орташа есеппен 300 мақала (күніне 10) жарияланады, оның 7,3 пайызы отбасы тақырыбымен байланысты. Madenportal.kz сайтында 2025 жылдың қаңтар айында отбасы тақырыбына байланысты 22 мақала жарияланған. Олардың кейбірінің атауы келесідей: «Ақтауда отбасылық жанжал елдің жағасын ұстатты»; «Көп нәрсе өзгерді»: Айжан Байзақова отбасылық өмірінің сырын ашты; «Отбасылы келіншек 3 баласымен бірге жоғалып кетті»; «Танымал әнші Ерке Есмахан Әнші Швейцарияның Альпі тауларында демалған отбасылық суреттерін жариялады»; «Кез келген отбасы Үкіметтен 464 мың теңгеден ала алады»; «Ер адам жеңгесінің жатын бөлмесіне кіріп, оны балағаттап, терезесін сындырған»; «Жанжалдасқан: 22 жастағы әйелді күйеуі мен енесі ұрып, комаға түсірді»; «Айжұлдыз Адайбекова сүйіктісімен бірге некесін қиды», «Иракта балалармен некелесуге рұқсат беретін заң қабылданды»; «Әйелімен ажырасқан Нұрсұлтан Жақсыген эфирде жылап қалды»; «Астанада 21 жастағы жігіт отбасынан өзіне сын айтқаны үшін кек алмақшы болған». Аталған сайтта отбасы тақырыбына қатысты материалдар елең еткізерлік тақырыптарға акцент қоятыны аңғарылады.

Dalanews.kz сайтында айына орташа есеппен 150 мақала (күніне 5) жарияланады, оның 5,3 пайызы отбасы тақырыбына байланысты. Dalanews.kz сайтында 2025 жылдың қаңтар

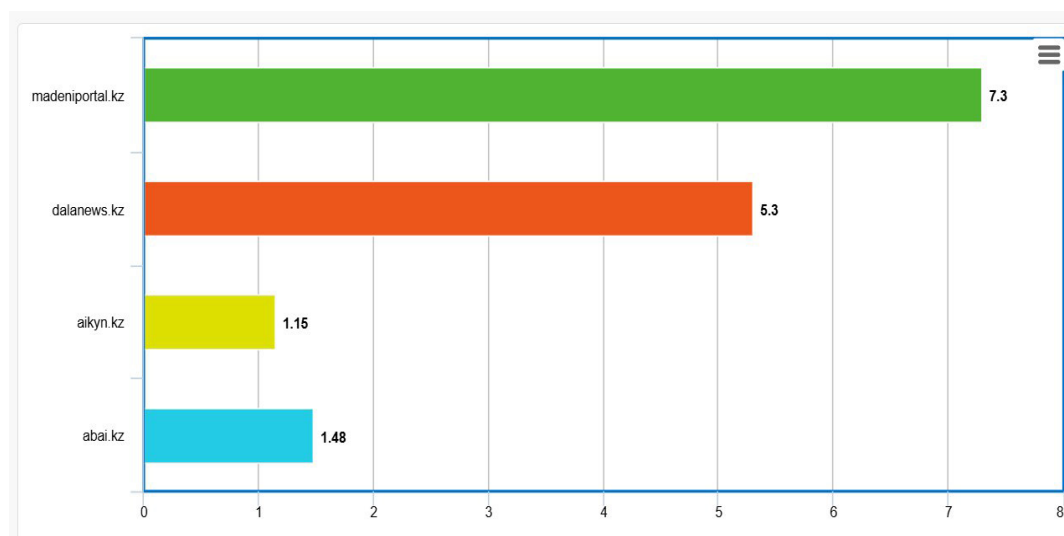
айында отбасы тақырыбына байланысты 8 мақала жарияланған. Олардың кейбірінің тақырыбы келесідей: «Тәрбие, білім және қауіпсіздік»; «Үкім шығар алдында дүние-мүліктерін сатқан»; «Астанада 21 жастағы жігіт ағасын өлтіріп, әпкелерін пышақтады»; «Баладан бас тартамын». Бір айта кетерлігі, бұл сайтта отбасы ұғымы көбіне негативті жаңалықтармен негізделіп, кликбейт-тақырып ретінде жиірек қолданылатынын байқауға болады.

Aikyn.kz сайты айына орташа есеппен 1560 (күніне 52) мақала шығарады, оның 1,15 пайызы отбасы мәселесін қозғайды. Аталған сайтта 2025 жылдың қаңтар айында отбасы тақырыбына байланысты 18 мақала жарияланған. Олардың кейбірі мынадай тақырыпта: «Бұрынғы әйелімен ажырасып, жеке өмірі ел талқысына түскен актер Нұрсұлтан Жақсыген отбасындағы соңғы жаңалықты бөлісті»; «Белгілі блогер Дархан Жолшыбековтің әйелі Дариға Нүкеева отбасындағы кикілжіңнің себептерін жасырмады»; «Қазіргі уақытта жетім және ата-ана қамқорлығынсыз қалған балалардың 82 пайызы қазақстандық отбасыларда тәрбиеленіп жатыр»; «Күйеуі мен енесі ұрып-соққан 23 жастағы жас әйел қайтыс болды»; «Ажырасу – кіші өлім ғой: Нұрсұлтан Жақсыген бұрынғы жарына жан тебіренерлік жазба жариялады»; «Отбасымды тастап, Жұлдызбен тұра бастадым: Айқын Төлепберген бар шындықты жайып салды»; «Актер Отарғалиев отбасын көрсетті». «Әйелімен ренжісіп, кейін көпқабатты ғимараттың төбесіне шыққан»;

«Сатқындығын кешіре алмадым: 40 жыл отасқан күйеуінің екінші отбасы бар екен»; «2025 жылдың 1 қаңтарынан бастап елімізде көпбалалы отбасыларға берілетін жәрдемақы мөлшері артты». Салмақты баспасөз түріне жататын бұл сайт та заманауи ақпараттық тәсілдерге иек артып, сарыжағал басылым стиліндегі тақырып қоюға дағдыланып қалғанға көбірек ұқсайды.

Abai.kz сайты айына орташа есеппен 270 (күніне 9) мақала шығарады, оның 1,48 пайызы отбасы мәселесін қозғайды. Abai.kz сайтында 2025 жылдың қаңтар айында отбасы тақырыбына байланысты «Тәңірлік гендеризм – заманауи гендерлік саясаттың түпбастауы», «Бас табак» деген тақырыптармен жалпы 4 мақала жарияланған. Осы деректерді түйіндей кетсек, Madenportal.kz сайтында отбасы тақырыбындағы материалдар көбінесе жанжалдар мен сенсацияларға негізделген. Мақалалар негізінен атақты адамдардың жеке өмірі мен әлеуметтік мәселелерге бағытталған. Dalanews.kz отбасы институтын құқықтық және әлеуметтік аспектілер тұрғысынан қарастырады, бірақ сенсациялық жаңалықтар да кездеседі. Aikyn.kz көбінесе танымал тұлғалардың отбасы өмірі, ажырасу, жанжал тақырыптарына мән береді. Ал жетім балалар мен әлеуметтік саясатқа қатысты мақалалар сирек кездеседі. Abai.kz отбасы құндылықтарын дәстүрлі және ұлттық тұрғыдан қарастырады. Мақалаларда қазақ қоғамындағы отбасы институтының рөлі мен ұлттық тәрбие мәселелері кеңінен қамтылған.

3-кесте – Ақпараттық сайттарда отбасы тақырыбын қозғайтын мақалалар санының пайызға шаққандағы мөлшері



Халықтың отбасы құндылықтарына медианың әсері жайлы көзқарасын білу үшін “Google forms” платформасында сауалнама жүргізілді. Респонденттердің жас мөлшері келесідей құрамда болды: 18 жасқа дейінгілер – 3 адам; 18-25 жас аралығында – 28 адам, 26-35 жас аралығындағы – 14 адам, 36-50 жастағы 4 адам және 50 жастан жоғары – 3 адам. Яғни сауалнамаға әртүрлі жас топтарының өкілдері қатысқанымен, негізгі үлесті 18-25 жас аралығындағы жастар (28 адам) құрады. Респонденттердің жартысынан көбі (53,8%) үйленбеген немесе тұрмыс құрмаған, 38,5%-ы отбасылы, ал 7,7%-ы ажырасқан. Бұл көрсеткіштер некеге деген көзқарастың өзгеруін және жастар арасындағы отбасы институтының беделін зерттеу үшін маңызды.

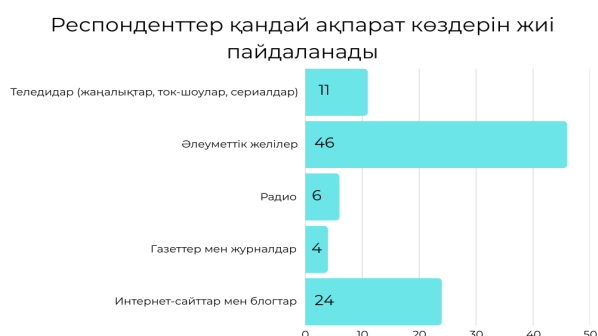
Қолданатын ақпарат көзін көрсеткенде, әр респондент бірнеше жауап таңдауға мүмкіндік алды. Нәтижесінде, әлеуметтік желілер ақпарат алудың ең басты көзі деп танылды (46 адам). Интернет-сайттар мен блогтар екінші орында (24 адам). Теледидарды 11 адам ғана таңдады, ал дәстүрлі БАҚ (газет-журналдар мен радио) төмен сұранысқа ие (4 және 6 адам).

Респонденттердің 45,3%-ы қазіргі медианың отбасы құндылықтарына теріс әсер ететінін атап өткен, ал 26,4%-ы медианың елеулі ықпал етпей-

тінін мәлімдеген. Тек 17%-ы оның оң әсері бар екенін айтқан. Бұл медианың отбасылық дәстүрлер мен жаңа құндылықтар арасындағы алшақтық тудыруы мүмкін екенін аңғартады. Пікір берушілердің 36,5%-ы әлеуметтік желілердің отбасы құндылықтарына ең үлкен ықпал ететінін көрсеткен. 32,7%-ы барлық медиа құралдары тең дәрежеде әсер етеді десе, жаңалықтар (11,5%) мен телесериалдардың үлесі әлдеқайда төмен (9,6%). Респонденттердің пікіріне сүйенсек, қазіргі медиада жаңа заман құндылықтары (59,6%) басым насихатталады. Дәстүрлі отбасы құндылықтарының үлесі 25% болса, ажырасу, некесіз өмір сүру және материалдық құндылықтарға басымдық беру 15,4%-ды құрайды.

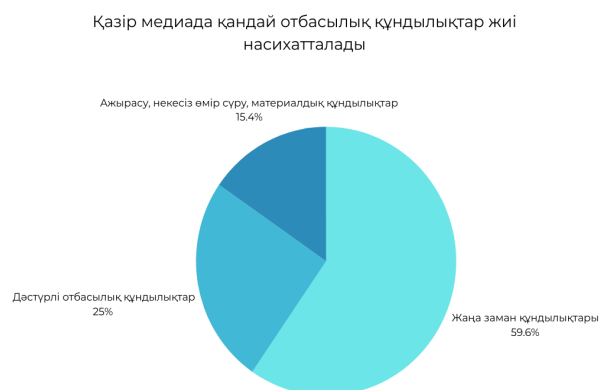
Сауалнамаға қатысушылардың 44,2%-ы медианың өз көзқарасына белгілі бір дәрежеде ықпал ететінін, ал 23,1%-ы өте қатты әсер ететінін айтқан. Сонымен қатар 25%-ы медианың олардың пікіріне ықпал етпейтінін, ал 7,7%-ы бұл туралы әлі ойланбағанын мәлімдеген. Олардың пікірінше, медианың негізгі рөлі – жаңа құндылықтарды енгізу (36,5%). Сонымен қатар 26,9%-ы оның отбасы құндылықтарын нығайтатынын, 21,2%-ы коммерциялық мақсатта пайдаланылатынын, 15,4%-ы қоғамның қызығушылығына бейімделетінін атап өткен.

4-кесте – Жиі пайдаланатын ақпарат көздері



Сауалнама нәтижелері қазіргі медианың отбасы құндылықтарына ықпалы туралы біркелкі емес көзқарастарды көрсетеді. Жастар ақпаратты негізінен әлеуметтік желілерден және интернет-сайттардан алады, тиісінше, бұл дәстүрлі БАҚ-тың отбасы институтына әсерін

5-кесте – «Қазір медиада қандай отбасылық құндылықтар жиі насихатталады?» сұрағының жауап нәтижесі



әлсіретеді. Респонденттердің пікірінше, қазіргі медиада дәстүрлі емес құндылықтар кеңінен насихатталады және бұл отбасы институтына теріс әсер етуі мүмкін. Сонымен қатар көптеген қатысушылар медианың олардың көзқарасына белгілі бір деңгейде ықпал ететінін мойындай-

ды. Сауалнама нәтижелері отбасы құндылықтарын нығайтуда медианың рөлін қайта қарау қажеттілігін көрсетеді. Осыған орай, дәстүрлі БАҚ пен интернет-медиа арасында тепе-теңдік орнатып, отбасылық құндылықтарды сақтауға бағытталған сапалы контентті дамыту маңызды. (Shahzad, Hanif, 2024).

Қорытынды

Зерттеу нәтижелері медианың Қазақстандағы отбасылық құндылықтарға ықпалын айқындады. Ақпараттық кеңістік отбасы институтының дәстүрлі негіздерін өзгертіп, некеге, гендерлік рөлдерге және ата-ана жауапкершілігіне қатысты көзқарастарға елеулі әсер етуде. Әлеуметтік желілер мен бұқаралық ақпарат құралдары отбасы мәселелерін түрлі қырынан көрсетіп, жаңа құндылықтар қалыптастыруға ықпал етіп отыр. Зерттеу барысында алынған деректер отбасылық құндылықтардың өзгерісіне бірнеше фактор әсер ететінін көрсетті. Медиа кеңістікте ажырасу, қаржылық тәуелсіздік, гендерлік теңдік және «кеш неке» трендтері белсенді түрде талқыланады. Әлеуметтік желілер дәстүрлі және заманауи көзқарастардың қақтығысын күшейтіп, отбасы институтына деген көзқарасты қайта қарастыруға алып келді.

Бұл жағдайдың шешімі ретінде медиасаясатты қайта қарап, отбасы институтының тұрақтылығын сақтау мақсатында ақпараттық кеңістікте теңгерімді көзқарасты қалыптастыру қажет деп бағамдауға негіз бар. Дәстүрлі БАҚ пен цифрлық платформаларда отбасы құндылықтарын қолдайтын сапалы контент әзірлеу аса маңызды. Сонымен қатар қоғамдағы медиасауаттылық деңгейін арттыру арқылы ақпараттың ықпалын саналы түрде бағалау қабілетін дамыту қажет. Кешенді ақпараттық стратегия аясында отбасылық құндылықтарды дәріптейтін медиа жобаларды қолдау, позитивті отбасылық модельдерді насихаттайтын бағдарламалар әзірлеу, балалар мен ата-аналарға арналған білім беру контентін дамыту ұсынылады. Сондай-ақ медиакеңістікте жалған ақпарат пен теріс стереотиптерді азайту мақсатында сарапшылармен бірлесіп жұмыс жүргізу пайдалы болмақ.

Қорытындылайтын болсақ, заманауи медиа отбасы институтына тікелей әсер ететін маңызды факторлардың бірі деуге негіз бар. Сондықтан отбасы құндылықтарының трансформациясын басқару үшін ақпараттық саясатты жаңарту, сапалы медиаконтентті дамыту және қоғамның сұранысына сай жаңа тәсілдерді ұсыну – еліміздің ақпарат кеңістігіндегі кезек күттірмейтін міндеттің бірі.

Әдебиеттер

- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan. *Sustainability*, 11, Article 1683. <https://doi.org/10.3390/sul1061683>
- Arias, E. (2019) "How Does Media Influence Social Norms? Experimental Evidence on the Role of Common Knowledge" *Political Science Research and Methods*, Volume 7, Issue 3, July. pp. 561 – 578. DOI: <https://doi.org/10.1017/psrm.2018.1>
- Бейсенбаев, О.Т. Николаева, О.В. & Ермекбаева, Б.К. (2024). «Қазақстан отбасылары» атты ұлттық баяндамасы – Астана: Indesign studio, – 360 б. Электрондық ресурсы: <https://kipd.kz/article/kazakhstanskije-semi-natsionalnyy-doklad>
- Jagger, G., Wright, C., Routledge. (1999). *Changing Family Values*. Library of Congress Cataloging in Publication Data. *Changing family values/edited by Gill Jagger and Caroline Wright*. London/ New-York. Includes bibliographical references and index. ISBN 0-203-47958-0.
- Қайдарова, Ә.С. Батталова, Ж.С. & Досмұхамбетова, А.И. (2022). «Қазақстандық отбасылар – 2022» ұлттық баяндамасы – Астана қ, 300б. Электрондық ресурсы: https://kipd.kz/pdf-viewer?pdf=https://kipd.kz/uploads/2023/01/nd_ks_kz.pdf
- McKenzie, K. R. Brian D. Doss. (2020) Maintenance of Relationship and Individual Functioning Gains Following Online Relationship Programs for Low-Income Couples. *Family Process Journal*. <https://doi.org/10.1111/famp.12541>
- McLuhan, H. Marshall. (1994). *Understanding Media: The Extensions Of Man*. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964; Reissued by MIT Press, 1994.- 396 стр. / Г. М. Маклюэн. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – Перевод с английского: В. Г. Николаев. – М., 2003. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий.
- Николаева, О.В. Туремуратов, О.Ж. & Ермекбаева Б.К. (2024). «Қазақстанда отбасымен бірге демалу ерекшеліктері» тақырыбындағы әлеуметтанулық зерттеу нәтижелері бойынша талдау баяндамасы – Астана: «Қазақстандық қоғамдық дамыту институты» 130 б.
- Николаева, О.В. Туремуратов, О.Ж. (2024). «Қазақстандағы отбасылық саясат және демографиялық трендтер: 2022-2024» аналитикалық шолуы. Астана, «Қазақстандық қоғамдық дамыту институты» КЕАҚ, 20 б.
- Нишанбаева, С.З. (2019). «Педагогикалық жоғары оқу орындары студенттерінің отбасы адамгершілік құндылықтарын қалыптастыру» философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. Алматы.

- Poles, A. (2025). Impact of Social Media Usage on Attention Spans. *Psychology*, 16, 760-772. DOI: 10.4236/psych.2025.166042
- Porismita, B. (2016). «Media Effects Theory». / *The International Encyclopedia of Political Communication* Washington State University, USA. DOI:10.1002/9781118541555.wbiepc156.
- Shahzad, W., Hanif, R., & Haroon, R. (2024). The Impact of Social Media Addiction on Self-Esteem, Attention Span, Sleep Quality and Phubbing Behavior. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 12, 2147-2155. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2024.v12i2.2362>
- Селезнева, Е.А. (2021). «Анализ понятий семья и семейные ценности», *Проблемы современного образования*, № 5, стр. 270-280. DOI: 10.31862/2218-8711-2021-5-270-280.
- Тілеулесова, А. (2022). «Қазақстан телевизия жарнамасындағы гендерге қатысты стереотиптер». *Гендер және қазақстан қоғамы*. Алматы: «DELUXE Printery» баспаханасы, 280 б. ISBN 978-601-80914-0-7.
- «Хабар» агенттігі (2025). «Дәстүр» бағдарламасы. Электрондық ресурсқа сілтеме: <https://khabar.kz/kk/teleshobalar/dastur/170292-gender-paty-bugingi-kunnin-dasturine-ainaldy-ma-dastur>
- Чеботарев, А.Е. (2024). «Жалпыұлттық құндылықтар: стратегиялық бағдарға шолу» тақырыбындағы талдау баяндамасы/ Астана, «Қазақстандық қоғамдық дамыту институты» КЕАҚ, 100 б. Электрондық ресурс: <https://kipd.kz/article/analiticheskiy-doklad-na-temu-obscshenatsionalnye-tsennosti-obzor-strategicheskikh-orientirov>
- Черникова, В.Е., Мазаева, В.И. (2019). «Динамика семейных ценностей: от традиционных до постсовременных». [Dynamics of family values: from traditional to post-modern]. *Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being*, Vol. 8, Is. 1A. Стр 267-275. DOI 10.25799/AR.2019.41.1.029.

References

- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan. *Sustainability*, 11, Article 1683. <https://doi.org/10.3390/su11061683>
- Arias, E. (2019)7 “How Does Media Influence Social Norms? Experimental Evidence on the Role of Common Knowledge” *Political Science Research and Methods*, Volume 7, Issue 3, July. pp. 561 – 578. DOI: <https://doi.org/10.1017/psrm.2018.1>
- Beisenbaev, O.T. Nikolaeva, O.V. & Ermekbaeva, B.K. (2024). «Kazakhstan otbasylary» national report. [National report “Kazakhstan Families-2024”]. Astana: Indesign studio, – 360 p. Electronic resource: <https://kipd.kz/article/kazakhstanskije-semi-natsionalnyy-doklad>
- Jagger, G., Wright, C., Routledge. (1999). *Changing Family Values*. Library of Congress Cataloging in Publication Data. Changing family values/edited by Gill Jagger and Caroline Wright. London/ New-York. Includes bibliographical references and index. ISBN 0-203-47958-0.
- Kaidarova, A.S. Battalova, Zh.S. & Dosmuhambetova, A.I. (2022). «Kazakstandyk otbasylar – 2022» national report. [National report “Kazakhstani families – 2022”]. Astana:– 300 p.Electronic resource: https://kipd.kz/pdf-viewer?pdf=https://kipd.kz/uploads/2023/01/nd_ks_kz.pdf
- McKenzie, K. R. Brian D. Doss. (2020) Maintenance of Relationship and Individual Functioning Gains Following Online Relationship Programs for Low-Income Couples. *Family Process Journal*. <https://doi.org/10.1111/famp.12541>
- McLuhan, H. Marshall. (1994). *Understanding Media: The Extensions Of Man*. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964; Reissued by MIT Press, 1994.- 396 str. / G. M. Maklyuen. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka. – Perevod s anglijskogo: V. G. Nikolaev. – M., 2003. // Elektronnaya publikaiya: Centr gumanitarnyh tekhnologij.
- Nikolaeva, O.V. Turemuratov, O.Zh. & Ermekbaeva B.K. (2024). «Kazakstanda otbasymen birge demalu erekshelektieri» analytical report. [Analytical report on the results of a sociological study on the topic “Features of family vacations in Kazakhstan”]. Astana, «Kazakstandyk kogamdyk damytu instituty» 130 p.
- Nikolaeva, O.V. Turemuratov, O.Zh. (2024). «Kazakstandagy otbasylyk sayasat zhane demografiyalyk trendter: 2022-2024» analytical review. [Analytical review “Family Policy and Demographic Trends in Kazakhstan: 2022-2024”]. Astana, «Kazakstandyk kogamdyk damytu instituty» КЕАҚ, 20 p.
- Nishanbaeva, S.Z. (2019). «Pedagogikalyk zhogary oku oryndary studentterinin otbasy adamgershilik qundylyktaryn kalyptastyr» filosofiya doktory (PhD) darezhesin alu ushin daiyndalghan dissertaciya. [Dissertation prepared for the degree of Doctor of Philosophy “Formation of family moral values of students of pedagogical universities”]. Almaty.
- Poles, A. (2025). Impact of Social Media Usage on Attention Spans. *Psychology*, 16, 760-772. DOI: 10.4236/psych.2025.166042
- Porismita, B. (2016). «Media Effects Theory». / *The International Encyclopedia of Political Communication* Washington State University, USA. DOI:10.1002/9781118541555.wbiepc156.
- Shahzad, W., Hanif, R., & Haroon, R. (2024). The Impact of Social Media Addiction on Self-Esteem, Attention Span, Sleep Quality and Phubbing Behavior. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 12, 2147-2155. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2024.v12i2.2362>
- Selezneva, E.A. (2021). «Analiz ponyatij sem’ya i semejnye cennosti» [“Analysis of the concepts of family and family values”]. *Problemy sovremennogo obrazovaniya*, № 5, str. 270-280. DOI: 10.31862/2218-8711-2021-5-270-280.
- Tileulesova, A. (2022). «Kazakstan televiziiya zharnamasyndagy genderge katysty stereotipter». [“Gender stereotypes in Kazakhstani television advertising”]. *Gender and Kazakhstani society*. Almaty: «DELUXE Printery» baspahanasy, 280 b. ISBN 978-601-80914-0-7.
- «Khabar» agency (2025). «Dastur» bagdarlamasy. [“Tradition” TV-program.]. Elektronnyy resurska silteme: <https://khabar.kz/kk/teleshobalar/dastur/170292-gender-paty-bugingi-kunnin-dasturine-ainaldy-ma-dastur>

Chebotarev, A.E. (2024). «Zhalpyul'tyk kundylyktar: strategiyalyk bagdarga sholu» takyrybyndagy taldaу bayandamasy. [Analytical report on "National Values: A Review of Strategic Orientation"]. Astana, «Kazakstandyk kogamdyk damytu instituty», 100 p. Electronic resurs: <https://kipd.kz/article/analiticheskiy-doklad-na-temu-obcshenatsionalnye-tsennosti-obzor-strategicheskikh-orientirov>

Chernikova, V.E., Mazaeva, V.I. (2019). «Dinamika semejnyh cennostej: ot tradicionnyh do postsovremennyh». [Dynamics of family values: from traditional to post-modern]. Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being., Vol. 8, Is. 1A. P. 267-275. DOI 10.25799/AR.2019.41.1.029.

Авторлар туралы мәлімет:

Сайлауқызы Алма – журналистика бойынша PhD ғылым докторы, Maqsut Narikbayev University, Халықаралық журналистика мектебінің Adjunct Assistant профессоры (Астана, Қазақстан, эл.пошта: alma.sailaukyzy@gmail.com);

Қасымхан Назерке Ерлікқызы – Maqsut Narikbayev University, Халықаралық журналистика мектебінің ғылыми топ мүшесі. (Астана, Қазақстан, эл.пошта: n_kassymkhan@kazguu.kz);

Гумарова Дәрия Ергалиқызы – Maqsut Narikbayev University, Халықаралық журналистика мектебінің ғылыми топ мүшесі. (Астана, Қазақстан, эл.пошта: d_gumarova@kazguu.kz).

Information about authors:

Sailaukyzy Alma – PhD in Journalism, Adjunct Assistant Professor, Maqsut Narikbayev University, International School of Journalism (Astana, Kazakhstan, e-mail: alma.sailaukyzy@gmail.com);

Kasymkhan Nazerke Yerlikkyzy – Research team member, Maqsut Narikbayev University, International School of Journalism. (Astana, Kazakhstan, e-mail: n_kassymkhan@kazguu.kz);

Gumarova Daria Yergalikyzy – Research team member, Maqsut Narikbayev University, International School of Journalism. (Astana, Kazakhstan, e-mail: d_gumarova@kazguu.kz).

Информация об авторах:

Сайлауқызы Алма – PhD, Adjunct Assistant профессор Международной школы журналистики MNU (Астана, Казахстан, e-mail: alma.sailaukyzy@gmail.com);

Қасымхан Назерке Ерлікқызы – член научной группы Международной школы журналистики MNU (Астана, Казахстан, e-mail: n_kassymkhan@kazguu.kz);

Гумарова Дәрия Ергалиқызы – член научной группы Международной школы журналистики MNU (Астана, Казахстан, e-mail: d_gumarova@kazguu.kz).

Келін түсті: 4 маусым 2025 жыл

Қабылданды: 24 шілде 2025 жыл

2-бөлім
АҚПАРАТ ӘЛЕМІ

Section 2
WORLD OF INFORMATION

Раздел 2
МИР ИНФОРМАЦИИ