

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ**

**«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың  
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»  
XVIII Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XVIII Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**PROCEEDINGS  
of the XVIII International Scientific Conference  
for students and young scholars  
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**2023  
Астана**

**УДК 001+37**  
**ББК 72+74**  
**G99**

**«GYLYM JÁNE BILIM – 2023» студенттер мен жас ғалымдардың XVIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XVIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2023» = The XVIII International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2023». – Астана: – 6865 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.**

**ISBN 978-601-337-871-8**

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

**УДК 001+37**  
**ББК 72+74**

**ISBN 978-601-337-871-8**

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия  
ұлттық университеті, 2023**

зависит от воздействия негативного «человеческого фактора». Здесь очень много психологической составляющей. От этого страдает безопасность финансовая, имиджевая, юридическая и т.д. Конечно, такие факты не красят любую организацию, тем более государственную [7].

Заместитель министра обороны Султан Камалетдинов в интервью ТРК Алматы выделил: «Да есть среди военнослужащих категории офицерского состава, военнослужащие на должностях сержантов и солдат по контракту. А также среди служащих или гражданского персонала. Такие факты имеются». Среди причин военный чиновник назвал семейные проблемы, игроманию и непосильные кредиты. Так же он отметил, что среди военных часто возникают конфликты и превышение власти. В основном среди военнослужащих одного призыва [8].

Подводя итоги рассматриваемому вопросу по освещению неуставных взаимоотношений среди военнослужащих и их причинах, следует отметить, прежде всего, необходимо использовать накопленный опыт передовых подразделений войск по предупреждению этих отрицательных явлений. Исходя из конкретных условий служебно-боевой деятельности войск, необходимо искать и настойчиво внедрять такие методы, которые побуждали бы все категории военнослужащих более оптимально выполнять свои должностные обязанности.

#### **Список использованных источников:**

- 1.Василиса Фед Казарменное хулиганство и разное другое // Proza.ru – 2019 <https://proza.ru/2019/11/08/1998>
2. Василиса Фед Казарменное хулиганство и разное другое // Proza.ru – 2019 <https://proza.ru/2019/11/08/1998>
- 3.Василиса Фед Казарменное хулиганство и разное другое // Proza.ru – 2019 <https://proza.ru/2019/11/08/1998>
4. Как в казахстанской армии искореняются неуставные взаимоотношения // <https://www.gov.kz/memleket/entities/mod/press/news/details/143159?lang=ru> 06 января 2021 - 09:42
5. Со слов отслуживших ребят в ходе опроса
6. Галушко Мария Как будет решаться проблема суицида среди военных? // [inbusiness.kz](http://inbusiness.kz) 02.08.22 [Как будет решаться проблема суицида среди военных? | Inbusiness.kz](https://inbusiness.kz/news/2022/08/02/kak-budet-reshat'sya-problema-suitsidov-sredi-voennykh/)
7. Талапулы Ахмет Казахстанская армия – это армия суицидников: кто виноват и что делать // Газета Караван. Опубликовано: 08.08.2022 19600 <https://www.caravan.kz/news/kazakhstanskaya-armiya-eh-to-armiya-suicidnikov-kto-vinovat-i-chto-delat-867428/>
8. В Минобороны рассказали о причинах суицидов в армии // ТРК Алматы - 23.02.2023 <https://almaty.tv/news/obschestvo/1958-v-minoborony-rasskazali-o-prichinakh-suitsidov-v-armii>

ӘОЖ 070(574)

### **БАЛАЛАР АУДИТОРИЯСЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

**Батырбек Диана Еркінқызы**

[diana\\_2022@mail.ru](mailto:diana_2022@mail.ru)

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистик және саясаттану факультетінің 4-курс студенті, Астана, Қазақстан

**Ғылыми жетекшісі – Г.Ш. Әшірбекова**

Қазақстандағы теледидар БАҚ жүйесінде уақыт көлемі жағынан әсіресе еліміздің алыс өңірлері мен ауылдарының тұрғындарына әсер ету дәрежесі бойынша маңызды орын алады. Отандық зерттеулер көрсеткендей, теледидар саяси және ойын-сауық ақпаратын алудың негізгі құралдарының бірі болып қала береді. Теледидар бағдарламалары Қазақстан халқының үшінші бөлігін құрайтын балалардың қажеттіліктерін де ескереді. Көптеген қазақстандық балалар үшін теледидар – ойын-сауық құралдарының бірі.

Теледидар әсіресе интернетке қолжетімсіз, телехабар тарату мүмкіндігі жоқ өңірлерде сұранысқа ие. Ұлттық құндылықтарды қалыптастыру және тәуелсіз мемлекеттің өскелең ұрпағын дамыту үшін теледидардың тәрбиелік және білім беру рөліне басымдық беріледі. Дегенмен елде бұқаралық ақпарат құралдарының балаларға қатысты жағынан осалдық байқалады, мысалы, жасөспірімдерге арналған газеттер, журналдардан басқа, ұлттық мазмұны бар балаларға арналған мультфильмдер, кинофильмдер сирек түсіріледі.

Қазақстанда балалардың теледидарда хабар таратуын дамыту үшін барлық жағдай жасалған. 2010 жылы ашылып, «Qazaqstan» РТРК АҚ-ның құрамында жалғыз отандық «Балапан» телеарнасы бар. Телеарна қазақ тілінде цифрлық форматта хабар таратады. Бұл арнадан білім беру, танымдық, спорттық және музыкалық бағдарламаларды кездестіруге болады. Дегенмен көптеген телеарналар негізінен шетелден хабар таратады. Оларға «Cartoon Network», «Nickelodeon», «Карусель», «Disney» арнасы және т.б. жатады. Қазір жаңа буын өсті, оларды «Z» буыны деп атайды. Бүгінде балаларға арналған көрнекі ақпарат тарату тәсілдері өзгеріске ұшыраған. Яғни, балалар жаңа технологиялардың көмегімен, әлеуметтік желілер арқылы ақпарат алады. Осыған қарамастан, Қазақстанда телехабар тарату тәсілдері қалалық және өңірлік телеарналарда балалар мен жасөспірімдерге арналған бағдарламалар дамуын, кеңеюін жалғастыруда.

Аудиторияны анықтап алу әр жас тобына тән ерекшеліктерді, оның қажеттіліктері мен қызығушылықтарын анықтауға көмектеседі. Жексенбі күндері балалар аудиториясының саны жұмыс күндерімен салыстырғанда артады. Орташа алғанда, олар демалыс күндері телешоуларды 2 сағаттан артық көреді, бірақ көбінесе күніне 3-тен 5 сағатқа дейін қарайды екен.

Балалар аудиториясының шытырман оқиғаларға, фантастикаға, эстрадалық музыкаға, спортқа, тәрбие мәселелеріне деген қызығушылығы зор. Сонымен қатар оқушылар ғылым мен техникаға, ата-аналармен қарым-қатынас мәселелеріне, мінез-құлқық ережелеріне, әдебиет пен өнер туралы хабарларға қызығушылық жоғары. Бала кезінен бастап адамның дүниетанымы ненің жақсы, ненің жаман, қандай да бір жағдайларда қалай әрекет ету керектігі туралы түсінік қалыптасады. Ал балалар бағдарламалары немесе мультфильмдер әрқашан балалардың шу шығармауы немесе ересектерге кедергі келтірмеуі үшін ғана емес, сонымен қатар оларды қоршаған әлемді білу үшін де жасалады. Балалар бағдарламасының кейіпкерлері арқылы балалар жақсы мен жаманды түсінеді. Бала кейіпкерлерді «күшті» және «әлсіз», «әділ» және «қата», «мейірімді» және «зұлым» санаттарында бағалайды.

Жасөспірімнің назарын ертегі сюжетінің ерекшелігі, жүргізушінің түсініктемесі, сондай-ақ ертегіге тән моральдық және әлеуметтік аспектілер аударады. Бұл типтегі хабарлардан жас көрермендер әркім өзінен ең жақын нәрсені табады. Көрермендерді ойын бағдарламалары, сондай-ақ ток-шоулар немесе концерт түрінде жасалғандар жобалар қызықтырады. Балалардың белгілі бір сезімдерді қабылдауға, есте сақтауға, сөйлеуге, білімді игеруге құлшынысы жоғары. Аудитория неғұрлым жас болса, соғұрлым бұл қасиеттер айқын көрінеді. Мұндай эмоцияларға теледидардағы балалар бағдарламасы да әсер етеді. Берілген ақпарат белгілі бір дәрежеде хабарламаны, оның ішінде теледидарды бала қалай сіңіре алатындығын анық көрсетеді. Әрине, барлық телешоулар балаларға қызықты емес. Бұл олардың ақыл-ойына, дайындығына, арналған-арналмағанына байланысты. Баланың дамуы оны тәрбиелеу процесінің қалай жүзеге асырылатынына, ол өсетін және жетілдірілетін кеңістіктің қалай ұйымдастырылғанына, оның қандай ортада орналасқанына байланысты. Балалық шақтың ерекшеліктеріне мыналар: келіп түскен ақпаратты сыни тұрғыдан түсінбеушілік, сенімділіктің жоғары дәрежесі, жарқын эмоцияларға толы бейнелер мен

оқиғаларға сезімталдықтың жоғарылауы, барлық жаңа нәрселерге деген қызығушылықтың артуы жатады. Тележобалардың басты міндеті - баланың назарын аудару және кешеннің әртүрлі элементтері арқылы оның қабілеттері мен дағдыларын дамыту үшін қызығушылығын ояту.

Балалар аудиториясының ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік беретін негізгі теория - бұл баланың дамуы әлеуметтік сипатқа ие сапалы психикасы бар адам ретінде қарау. Баланың дамуы үшін қабылдайтын ақпарат сапасының маңыздылығын, оның қазіргі қоғамда әсер ететін ақпарат ағындарының қысымына төзімділігін анықтаған жөн. Балалар аудиториясына дамудың психологиялық және әлеуметтік ерекшеліктері - әлемді тану, үйрену, еліктеуге бейімділік, мысалы, ересек адам, ертегі немесе кино кейіпкері т.б. Бұл процестердің барлығы жеке тұлғаны әлеуметтендіруде, оның белгілі бір мінез-құлыққа ие болу, қоғамда қабылданған моральдық нормаларды игеру тәсілдері ретінде қарастырылады. Балалар аудиториясына арналған бағдарлама әзірлеу кезінде басшылыққа алынуы керек келесі принциптері бар. Оның бірі - қауіпсіздік қағидаты. Яғни, балалардың психикалық және әлеуметтік даму ерекшеліктерін ескере отырып, олардың денсаулығына, физикалық, сондай-ақ рухани дамуына қандай да бір зиян келтіруі мүмкін барлық факторларды алып тастауы тиіс.

Осы орайда профессор Ғ. Ибраеваның зерттеуіне сүйене отырып, тележобалардың негізгі міндеттеріне айқындап алсақ:

1. Салауатты өмір салты ережелерінен бастап, күнделікті өмірде этикет ережелерін сақтай отырып, пайдалы әдеттер туралы ақпараттандыру;

2. Балалардың қызығушылығы арту үшін ақпаратты ойын немесе көңілді жарыс түрінде ұсыну;

3. Қоршаған әлемді тану және ой-өрісті кеңейту. Оған жер планетасы туралы білім, экологиялық сақтық шаралары және т.б. жатады;

4. Отбасылық құндылықтарды ұғынту - отбасылық демалысты тиімді өткізу жөніндегі іс-шаралар, отбасының бірлігін сақтауды насихаттау;

5. Балаға моральдық көзқарастар мен жағымды эмоционалдық көңіл-күй сыйлайтын кейіпкерлерді ұсыну.

6. Балаларды шығармашылыққа, музыкалық іс-әрекетке, әуен мәдениетіне баулуға бағытталған мәдени іс-шаралар ұйымдастыру;

7. Баланы бағдарлауға үйрететін сүйікті мультфильм кейіпкерлерімен бірге баспа өнімдерін шығару[1. 28].

Аудитория - бұқаралық ақпарат құралдары жүгінетін және оларға жіберілген ақпаратты қабылдайтын адамдар жиынтығы. Аудитория ұғымы, оның барлық қарапайымдылығы мен айқындылығымен, теориялық тұжырымдамаға байланысты әртүрлі мазмұнмен толтырылуы мүмкін. Балалар аудиториясы ақпаратты қабылдауға өте сезімтал. Қазіргі уақытта теледидар бұқаралық коммуникацияны әлеуметтік ұйымдастырудың бір түрі ретінде танылған, өйткені бұқаралық коммуникация кез келген қоғамдық қатынас сияқты ұйымдастырылған. Болашақ жобаны іске асыру жолын анықтаудың тиімді әдісі - бәсекелестерді, нарықтың ерекшеліктерін және т.б. зерттеу. Сонымен қатар идея іздеу және жобаны одан әрі дамытуды жоспарлау кезеңінде мақсатты аудиториямен байланыс өте маңызды.

Аудиторияны зерттеудің бірнеше жолы бар. Біріншіден, әлеуметтік сауалнама, сұқбат, екіншіден, балалардың теледидарды қабылдау ерекшеліктерін бақылау. Әдетте, балалар тапсырманы байыпты қабылдамауы мүмкін, сондықтан осы жас санатындағы респонденттерге дұрыс психологиялық көзқарас қажет. Психологтардың пікірінше, қазіргі балалардың әлеуметтенуі алдыңғы ұрпақтан айтарлықтай ерекшеленеді[2. 13]. Бұл ғылыми-техникалық прогрестің, біздің күнделікті өмірімізге енген барлық техникаға байланысты.

Аудиторияны зерттеумен айналысатын мамандар балаларға тікелей жүгінбейді, олар ата-аналарына қызықтыратын сұрақтар қояды. Нәтижесінде осылайша алынған мәліметтер біржақты және тіпті жалған болуы мүмкін. Мәселенің тағы бір аспектісі - кәмілетке толмаған азаматтардың медиабілім деңгейінің төмендігі.

Қазіргі уақытта мектептер бұл мәселеге жеткілікті назар аудармайды, бірақ медиасауаттылық, жеке даму және өзін-өзі көрсету және басқа да көптеген аспектілер осыған байланысты. Ел мен қоғамның болашағы бала тәрбиесіне байланысты екені жасырын емес. Сапалы медиа тұлғаның дамуына оң әсер етуі мүмкін. Сондықтан балаларға арналған телебағдарламаларды құруға жауапкершілікпен қарау өте маңызды: тек кірістілік пен пайда тұрғысынан ғана емес (егер бұл жоба коммерциялық болса), сонымен қатар баланың тұлға ретінде қалыптасуына қандай үлес қосатынына ерекше мән беру керек.

Әр адам әртүрлі болғанымен, психологтардың көпшілігі көптеген зерттеулерде балалар аудиториясының медиа тұтынуының бірнеше тұрақты ерекшеліктерін анықтады. Бір жарым-екі жасында балаға сыртқы факторлар қатты әсер етеді. Сөйлеу мен интеллектінің қарқынды дамуы бар. Бұл жастағы баланың негізгі психологиялық шеберлігі – өз іс-әрекетін ересек адамның іс-әрекетімен салыстыру мүмкіндігі маңызға ие. Бала кезінен бастап шытырман оқиғалы сюжеттердің көрерменіне айналады. 3 жастан 6 жасқа дейін баланың іс-әрекетінің жетекші түрі – ойын. Сонымен қатар осы кезеңде бала сурет салуға, жұмысқа қызығушылық танытады. Балада біртұтас дүниетаным, бастапқы этикалық нормалар мен жеке сана пайда болады. Үш жастан бастап балалар мультфильмдер мен қуыршақ қойылымдарын жақсы көреді [3. 34]. Фильмдер әлі де жеткілікті түрде қабылданбайды. Ұлдар сарбаздар, машиналар және басқа техникалар ойындарын жақсы көреді, ал қыздар әдетте, махаббат, достық, мінез-құлық ережелері, сән сияқты тақырыптармен көбірек айналысады. Олардың алдында ұлдарға қарағанда ата-аналармен қарым-қатынас проблемалары өткір екендігін жасырмаймыз.

Мектеп жасына дейінгі балалар жануарлардың кейіпкерлерін жақсы көреді. Алайда, бұл жаста олар жануарларға өздері сияқты қарайтынын есте ұстаған жөн. Бастауыш мектеп жасындағы балаларда (6-9 жас) оқу қызметі басым. Рефлексияның пайда болуы, есте сақтау, ерік-жігердің дамуы осы жаста байқалады. Ойын сақтайды, бірақ мінезін өзгертеді. Кіші жасөспірімдердің (9-12 жас аралығындағы балалар) басты психологиялық игілігі - өз болмысыңды ашу, өз даралығыңды білу. Бұл жаста балалар жоғары белсенділікпен, іс-әрекетке деген қажеттілікпен ерекшеленеді. Бұл қызығушылық, саяхат және шытырман оқиға кезеңі. Дәл осы жаста көркем фильмдер мен сериалдар танымал бола бастайды. Ойын бағдарламаларына үлкен қызығушылық бар. Егер 12 жасқа дейінгі балалар негізінен ойын – сауық және танымдық медианы таңдап, теледидарлық жобаларға, мультфильмдерге және интернеттегі медиаға артықшылық берсе, онда 12-13 жасында теледидардың қалауы өзгереді. Бала қоғамдағы рөлін сезіне бастайды, іске асыруға, әлемде өз орнын табуға және алуға ұмтылады. Бұл баланың әлеуметтенуіне, ересектерге еліктеуіне көмектеседі, бірақ бала зорлық-зомбылық әлемімен тым ерте таныса бастайды. Бұған жол бермеу үшін үйде ата-ана бақылауы және білім беру және оқу орындарында сапалы медиа білім қажет. Осылайша балалардың мақсатты аудиториясының өзіндік ерекшеліктері бар, олар теледидарлық бағдарламаның сәттілігі мен тиімділігіне қол жеткізу үшін ескерілуі керек.

Аудитория өзгерді, өсті, қалау өзгерді. Егер бұрын білім алған сәттен бастап, балалар теледидарының басты мақсаты тәрбие функциясы болса, онда балалар еңбекке, әдебиетке, өнерге, спортқа баулып, тұлғалық қасиеттері қалыптасады. Қазір балаларға арналған теледидар ойын-сауық кешеніне айналууда. Балалар теледидары баланың не үйренетінін, әлемге қандай көзбен қарайтынын, айналасындағы адамдармен қарым-қатынасын қалай құратынын анықтайды.

Бұл орайда еліміздегі «Балапан» телеарнасы барынша қызмет етуде. Телеарна өз аудиториясына танымдық, тәрбиелік маңызы бар хабарларды дайындап қана қоймай, баланың тұлғалық дамуына әсер ететін түрлі интеллектуальды ойын түрлерін де ұсынып келеді. Атап айтар болсақ, «Білім бәйгесі», «Кім тапқыр?», «Кітап қана» хабарларының баланың тұлғалық дамуына үлесі зор. Сондай-ақ ұлттық тәрбие беруге бағытталған «Әжемнің ертегісі», «Әкеммен бірге», «Аға болғым келеді» хабарларының аудиторияға қызықты тақырыптарды ұсыну арқылы бала санасына отбасы құндылығын сіңіретіні айқын.

Қорыта айтқанда, «Балапан» телеарнасы балалар аудиториясының сұранысы мен қызығушылығын үнемі зерттеу арқылы жаңа жобаларды іске асырып келеді. Алайда

телеарнаның кейбір бағдарламаларды қайталап беруі, әсіресе бастауыш сыныпқа арналған хабарлар мен бүлдіршіндерге арналған мультфильмдерді қайталау жиілігі жоғары. Қайталаудың басты себебі, жаңадан бекітілген бағдарламаларды эфирге дайындау ұзақ уақыт алады. Бағдарламаларды іріктеу кезінде адами факторлар себеп болуы мүмкін. Тағы бір себебі, отандық медиаөнімдерде балалар контентімен айналысатын кәсіби мамандардың аздығы. Сондай-ақ балалар аудиториясына арналған медиаөнімдердің талапқа сай болмауы да маңызды мәселе. Бір сөзбен айтқанда, балалар аудиториясының ерекшеліктерін ескеруде мына мәселелерге назар аударған жөн. Біріншіден, балалар аудиториясын жас ерекшеліктеріне қарай анықтау маңызды. «Балапан» телеарнасында бүлдіршіндерге арналған жобалар көп. Екіншіден, балалар аудиториясына арналған тележобаларды басқа да телеарналардан ашу керек. Өйткені елімізде жалғыз «Балапан» телеарнасы олардың жас ерекшеліктерін толыққанды ескеруге мүмкіндігі жетпейді. Яғни бәсекелестік орта қалыптаспаған. Үшіншіден, балалар аудиториясына арналған хабарларды дайындау үшін мектеп жасындағы балалардың жас ерекшеліктеріне қарай сауалнама жүргізіп, олардың қызығушылығын анықтап, балалар хабарларына конкурс ұйымдастыру қажет. Отандық анимациялық өнерді дамытатын уақыт жетті.

### **Қолданылған әдебиеттер тізімі:**

1. Типология передач для детей республиканского телевидения (на примере Казахского телевидения) Монография / изд.-2, доп. и перераб. Г.Ж. Ибраева. – Алматы: Қазақ университеті, 2021. – 168 с.  
(<https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder1206/%D0%A2%D0%98%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%93%D0%98%D0%AF%20%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%94%D0%90%D0%A7%20%D0%94%D0%9B%D0%AF%20%D0%94%D0%95%D0%A2%D0%95%D0%98%CC%86.pdf>)
2. <https://referatbank.ru/referat/preview/8729/diplom-detskie-peredachi-kazahstanskom-televidenii.html>
3. Влияние телевидения на развитие детей. – М.: Поколение, 2007  
(<file:///C:/Users/1/Downloads/%D0%92%D0%A0.pdf.pdf>)

УДК 070.1

## **ВИДЕОХОСТИНГ YOUTUBE КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА**

**Бахрамова Гулназа Бахрамқызы**

[gulnaza04@bk.ru](mailto:gulnaza04@bk.ru)

Студент ЕНУ им.Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

**Научный руководитель – Емцова А.Г.**

Видеохостинг – это онлайн-платформа, которая позволяет пользователям загружать, просматривать и обмениваться видеоконтентом. На видеохостингах пользователи могут находить и смотреть различные видеоролики: от коротких клипов до полнометражных фильмов и сериалов. Эти платформы также позволяют пользователям создавать свои собственные видео, загружать их на платформу и делиться ими с другими пользователями. Некоторые видеохостинги предоставляют возможность монетизировать видеоконтент, позволяя авторам зарабатывать на рекламе или подписках.

YouTube – это один из крупнейших видеохостингов в мире. Сайт был создан в феврале 2005 года тремя бывшими сотрудниками компании PayPal – Чедом Херли, Стивом Ченем и Джаведом Каримом. Идея создания видеохостинга возникла после того, как Чед Херли не смог найти в Интернете видео супербоула 2005 года.