

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2025»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2025»**

**PROCEEDINGS
of the XX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2025»**

**2025
Астана**

УДК 001(06)
ББК 72я631
F96

**«ǴYLYM JÁNE BILIM – 2025» студенттер мен жас ғалымдардың
XX Халықаралық ғылыми конференциясы = XX Международная
научная конференция студентов и молодых ученых «ǴYLYM JÁNE
BILIM – 2025» = The XX International Scientific Conference for
students and young scholars «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2025». – Астана:
– 3813 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.**

ISBN 978-601-08-5373-7

**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(06)
ББК 72я431
F96

ISBN 978-601-08-5373-7

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2025

		мұсылмандары және Екінші дүниежүзілік соғыс	
1260.	Новикова А. Г.	«Боевая деятельность партизан-казахстанцев Освейской партизанской бригады им. М.В. Фрунзе Витебской области БССР (1942-1944 гг.)»	5398
1261.	Тұрғынбай Е. М.	Тектінің тұяғы (майдангер Әлім Алмат хақында)	5401
1262.	Тайтолеуов А. Б.	Герой Советского Союза из Семипалатинской области	5405
1263.	Шуберт А. А.	Боевой путь Кучеренко Николая Петровича: от Акмолинска до Тулы	5408

СЕКЦИЯ 9
ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ҒЫЛЫМДАР
ЖУРНАЛИСТИКА И СОЦИАЛЬНЫЕ НАУКИ

9.1- секция
ПОСТСЕКУЛЯРЛЫҚ ӘЛЕМДЕГІ ДІН: ЖАҢА МҮМКІНДІКТЕР,
ШЕКАРАЛАР ЖӘНЕ СЫН-ҚАТЕРЛЕР
РЕЛИГИЯ В ПОСТСЕКУЛЯРНОМ ОБЩЕСТВЕ: ВЫЗОВЫ, ГРАНИЦЫ,
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

1264.	Абайқызы Ақтоты	Эрих Фроммның дін психологиясы	5560
1265.	Алибек Алия Бауыржанқызы	Қазақстанның әлеуметтік желілеріндегі психологиялық және рухани емшіліктің қалыптасуы	5564
1266.	Албагачиева Луиза Багаудиновна	Неоязычество в современном обществе: формы, виды возрождения	5568
1267.	Аманжолов Ансар Жанатулы	Проявление образа иисуса христа в маркетинге и интернет-юморе (мем-культуре)	5572
1268.	Әкімбай Айымжан Құдайбергенқызы	Діни ритуалдардың қоғамдағы рөлі	5576
1269.	Бейсенбай Райхан Жарқынбекқызы	Қазақстандағы мұсылман қыздары: қоғамдық пікір және құқықтық мәртебе	5579
1270.	Бидолда Жайқал Болатбекқызы	Оңалту және дерадикализация жұмыстарының халықаралық тәжірибелеріне шолу	5583
1271.	Демесінов Асылжан Алдамбергенұлы	Сенуші адамдарға психологиялық кеңес берудің ерекшеліктері	5588
1272.	Жубанышева Ардақ Талғатқызы	Жеке тұлғаның радикалдану процесін анықтау критерийлері	5593

1273.	Жусупов Санжар Муратулы	Религиозные онлайн-проповеди и психология убеждения: основные методы воздействия	5596
1274.	Ибадуллаева Ақниет Абдуалиқызы	Қасиетті құпиялардың теологиялық психологиялық аспектілері	5599
1275.	Ізбасқан Айдана Арапбайқызы	Діни бірегейлік және жаһандану	5603
1276.	Иманханов Азамат Иманханұлы	Исследование взаимосвязи религиозности и свойств темперамента личности: на основе методики пятифакторного анализа	5607
1277.	Қаржауова Майра Бауыржанқызы	Радикалды діни ағымдардың теориялық-әдіснамалық негіздері	5612
1278.	Орынтай Ади Оразбайұлы	Аспекты деструктивных культов в компьютерной игре «Cult of the lamb»	5616
1279.	Рамазан Інжу Болатқызы	Ислам шариғатындағы тұлға концепциясы: құран негіздері мен ғылыми тұжырымдар	5620
1280.	Самен Көркем Болатқызы	Цифрлық дәуірдегі діни құндылықтардың трансформациясы	5624
1281.	Шайзада Ақерке Асхатқызы	Гендерлік зерттеулердің дінтану саласындағы рөлі: қазақ қоғамындағы руханилықтың трансформациясы	5629

9.2 - секция

ҚОҒАМ ЖӘНЕ МӘДЕНИЕТ: ФИЛОСОФИЯЛЫҚ ЖӘНЕ МӘДЕНИЕТТАНУЛЫҚ ТАЛДАУ ОБЩЕСТВО И КУЛЬТУРА: ФИЛОСОФСКИЙ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1282.	Абдиканова Дарина Куанышевна	Симулякр как продуктивная сила: Делёзовская критика платонизма	5632
1283.	Абитай Бейбарыс Рахымжанұлы	XX ғасырдағы қазақ ойшылдарының рухани жаңғыру мен еркіндікке қатысты философиялық ұстанымдары	5635
1284.	Алимхан Айбота Маратқызы Нукешова Диана Талгатқызы	Балаларға арналған философия:цифрландырылған заманда	5640
1285.	Атымтай Даяна Нурланқызы	Гётенің поэзиясындағы сопылық мотивтер: исламдық мистиканың батыс ойына ықпалы	5645

1286.	Байгулина Амина Акановна	Қазақ ғылымы: Қ.Сәтпаев пен Е.Бөкетов	5649
1287.	Бекботаев Сырлыбек Қуатбекұлы	«Qara jer»: таңба мен қазба жад	5653
1288.	Жақсылық Ботағоз Жарылқасынқызы	Мұзарап Жүсіпұлының күйшілік өнері және қазақ мәдениетіндегі орны	5658
1289.	Жанатқызы Ұлпан	Стоицизмнің қазіргі заманғы адамға пайдасы бар ма?!	5561
1290.	Жаркенов Ұлан Берікұлы	Қазақ философиясындағы мақал-мәтелдің орны	5664
1291.	Жолдасбаева Ақнұр Райымдекқызы	Конфуцийшілдіктегі адам, қоғам және табиғат арасындағы қарым-қатынастарды үйлестіру мәселесі туралы	5667
1292.	Зулхарова Асел	Өнер философиясындағы рухани ізденістер	5670
1293.	Калиева Айя Айбекқызы	«Страх» в философии Сёрена Кьеркегора	5673
1294.	Каменов Бекзат Расулович	Қазақ дүниетанымына тәңіріліктен енген түсініктер	5677
1295.	Капаева Аида	Қазақстандағы театр өнері дамуының кейбір тенденциялары	5681
1296.	Капсеметова Назира Канатовна	Қазақ философиясындағы адам және рухани құндылықтар	5684
1297.	Керімбай Әлихан Санжарұлы	Қоғам және философия: философиялық идеялардың қоғам дамуына ықпалы	5687
1298.	Кунтупова Аяулым Маратқызы	Қоғам және мәдениет: қазіргі қоғамның жастардың рухани құндылығымен байланысты кейбір мәселелеріне философиялық және мәдени талдау	5690
1299.	Қали Тоғжан Қахарманқызы	Эстраданың бұқаралық мәдениеттің феномені ретінде қоғамға әсері	5694
1300.	Қанапина Арайлым Жанғалықызы	Мәшһүр Жүсіп Көпейұлының рухани мұрасы	5697
1301.	Құрас Бақытгүл Қанатқызы	Сұлулық ұғымының тарихи эволюциясы	5699
1302.	Рахимғалиева Айзат Ерболатқызы	Жасанды интеллект және мораль	5702
1303.	Серік Айгерім Азаматқызы	Шәкәрімнің адамның өмірлік бағдарларының мәні туралы экзистенциалды ой толғауы	5705
1304.	Тілеуғабыл Назерке Ерболатқызы	Жоғары білім саласындағы экзистенциалдық дағдарыстарды еңсерудегі философияның ықпалы	5709
1305.	Шәді Қарақат Қайратқызы	Суфизмдегі әйелдер тарихы: раба аль-адавияның мұрасы және оның ізбасарлары	5714

9.3 – секция

ЗАМАНАУИ ҚОҒАМ: ӘЛЕУМЕТТАНУЛЫҚ ТАЛДАУ СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1306.	Мамежан Гүлназ Асылзадақызы	Теоретико - методологические основы исследования бренда в семейном бизнесе	5718
1307.	Серікбай Дархан Шымкентбайұлы	Оңтүстік Қазақстан имиджі: тарихи, мәдени және экономикалық аспектілер	5721
1308.	Дүйсенбек Алмаз Асқарұлы Өмірзақ Ақнұр Бауыржанқызы	Әлеуметтік желілердің ойлау қабілеті мен сөйлеу тіліне әсері	5725
1309.	Орынбаева Аруна Маратовна	Диффузия западной культуры в молодежную среду	5730
1310.	Меделханқызы Ақзада	Донорлық әлеуметтік құбылысы: даму шарттары және факторлары	5734
1311.	Мазненко Валерия Максимовна	Отношение современной молодёжи к эзотерическим практикам	5736
1312.	Кукешева Алтынай Ермекбаевна	Восприятие обучающимися онлайн обучения (по результатам онлайн опроса)	5741
1313.	Кожаметова Аружан Азаматовна	Финансовая грамотность студентов Казахстана	5744
1314.	Казиханова Зура Ерлановна	Социальные ценности современной казахстанской молодежи	5748
1315.	Уразбаева Асия Аманжолқызы	Социальная проблема как поле конфликта: кейс закона о семейном насилии в РК	5752
1316.	Төребек Нұргүл Маратқызы	Әлеуметтік желілердің қазіргі қоғамдағы студент жастардың бірегейлігін қалыптастыруға әсері	5756
1317.	Раушанбекова Майра Талгатқызы	Жоғары білімді мамандардың эмиграциясы: қазақстандағы «ми ағыны» және оның әлеуметтік салдары	5760
1318.	Нұртай Гүлсайран	Қазақ тілінің цифрлық кеңістіктегі орны: әлеуметтанулық сауалнама нәтижелері	5764
1319.	Лесов Наурызбек Әспенұлы	Мектеп жасына дейінгі балаға арналған қазақстандық медиакеңістік: әлеуметтанулық зерттеу нәтижелері	5768
1320.	Көміртай Аружан Ержанқызы	Отбасын жоспарлау контекстіндегі әйелдердің әлеуметтік бірегейлігі: репродуктивті тәжірибенің әйелдің қоғамдағы рөліне ықпалы	5772

1321.	Кенжетай Шолпан Үсенқызы	Халықаралық фриланс тәжірибесі: тенденциялар және онлайн мамандықтар	5776
1322.	Галымжанова Аружан Бауржанқызы	Қазақстандағы паралимпиадалық спортты дамытудың әлеуметтік детерминанттары	5779
1323.	Карим Аулиехан Казбекулы	Религиозная идентичность и цифровая модернизация: институциональные аспекты	5782
1324.	Алиев Марат Мухтарович	Memory studies как исследовательская парадигма в изучении памяти и мнемонических конфликтов	5785
1325.	Балықбаева Ардақ Шәкірқызы	ҚР моно қалаларының демографиялық даму болжамы	5788
1326.	Өтеғали Дулат Болатұлы	Платформалық жұмыспен қамтудың әлеуметтанулық мәселелері	5792
1327.	Иманқұл Ақнұр Бексұлтанқызы	Отбасы-неке қарым-қатынастарына жаңа ұстаным: білім деңгейіндегі және отбасындағы міндеттерді бөлудегі гендерлік теңсіздік призмасында талдау	5795
1328.	Душманов Даниэль Тулегенович	Цифровые сообщества и женщины- тестировщики: гендер и идентичность	5798
1329.	Дінмұхаммед Дильназ	Репродуктивті мінез-құлық: саяси және мәдени конструкциясы	5802
1330.	Акатаев Азамат Абылович	Пространственная статистика в прогнозировании электорального поведения населения на основе данных GPS	5806

9.4 – СЕКЦИЯ

XXI ҒАСЫРДАҒЫ ЖАСТАР ЖӘНЕ ПСИХОЛОГИЯ ҒЫЛЫМЫ МОЛОДЕЖЬ И ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ НАУКА В XXI ВЕКЕ

1331.	Адильхан Адина Нұртайқызы Алдашева Амира Маратовна	Роль скуки в личностном росте: как скуку можно перенаправить от аддикций к самоактуализации	5809
1332.	Аланбаев Алан Болатұлы Жантемирова Аяулым Еркиновна	Мультитаскинг в цифровой среде: информационная перегрузка и когнитивное истощение	5814
1333.	Болатбекқызы Төреқыз	К-поп жанкүйерлерінің психологиясы: әлемдік феноменнің жастар санасына әсері	5816
1334.	Дуйсембаева Сабина Жаслановна	Телефон қолдану уақыты мен стресс деңгейінің өзара байланысы	5819
1335.	Егимбаева Айнагуль Сериккалиевна	Исследование особенностей совладающего поведения родителей имеющих детей с особыми образовательными потребностями	5822
1336.	Ертукешова Гулия	Психологиялық әл-ауқат ұғымының мәні	5828
1337.	Жақсығұлова Зухра	Білім алушылардың аутоагрессивті	5832

	Бірлікқызы	мінез-құлқын зерттеудің теориялық - әдіснамалық негіздері	
1338.	Жоламан Диана Болатқызы Қадырыса Айшабибі Рахметқызы	Жеткіншектерде кездесетін агрессивті мінез-құлық пен қатыгездіктің психологиялық себептері	5836
1339.	Каримова Еркежан Сайлауқызы	Социально- психологическая адаптация молодежи – выпускников из детских учреждений	5840
1340.	Кунаков Ануар Серикович	Молодые мигранты: травма, разлука и психологическое здоровье	5843
1341.	Қожахметова Динара Тлеужанқызы	Тәуелділікті емдеудің 12 қадамдық оңалту бағдарламасы	5848
1342.	Қонысбай Фатима Ерболқызы	Когнитивті психология және тіл	5853
1343.	Абилбеков Акниет Нурболатович	Кванттық психология: сананың кванттық механика тұрғысынан зерттелуі	5857
1344.	Серікқызы Мөлдір Туякова Улбосын Жүсіповна	Білім беру жүйесінде сараптамалық қызметті жүзеге асыру	5861
1345.	Шакеева Алима Бериковна	Мектеп жасына дейінгі балалардың эмоционалды саласына әлеуметтік медиа ықпалы	5863
1346.	Масуадин Мөлдір	Психология мамандығында оқитын және басқа мамандықтағы студенттердің инфантильділік деңгейін зерттеу	5866
1347.	Мұқашева Ардагүл Болатбекқызы	Цифрлық дәуірдегі психологиялық сауаттылық және оның студенттердің эмоционалды тұрақтылығын дамытуға әсері	5870
1348.	Мырзақасым Айзада Есілбекқызы	Жеткіншектердегі суицидтік мінез-құлықтың алдын алу бойынша шетелдік тәжірибелерге шолу	5873
1349.	Нусупкүл Әнел Куатбекқызы	Жеткіншектердегі мазасыздықтың ерекшеліктері	5876
1350.	Нұршабек Панар Азаматқызы	«Ер Төстіктегі» архетиптік кейіпкерлер: юнгтың теориясы тұрғысынан талдау	5879
1351.	Рустамханова Тахмина Сухрабовна	Болашақ психологтардың оқу іс-әрекетіндегі үлгерімі мен эмоционалды интеллект арасындағы байланыс	5884
1352.	Сарина Амина Саидовна	Тіл және нейропсихология	5887
1353.	Шайманов Даулет Ерганатович	Связь между личностными характеристиками и приверженностью в религии ислам	5892
1354.	Секербаева Зарина Тимуровна	Психологические аспекты отношения и вовлеченности казахстанской молодежи в видеоигры	5896
1355.	Смагулова Нұрай Ануарқызы	Перфекционизмнің аутоиммунды аурулармен байланысы	5901
1356.	Тигран Ислана	«How childhood trauma affects us as	5904

		adults»	
1357.	Сулейменова Гульжазира Тажмагамбетовна Абдракышова Акерке Оралбаевна	Аутистік спектрдің бұзылыстары бар балаларды психологиялық қолдау	5908
1358.	Тасжурекова Нурсая Ерлановна	Эмоционалдық күйдің шығармашылыққа әсері	5912
1359.	Боранбаева Жансая	«Отбасы» ұғымының ғылыми әдебиеттерде зерттелуі	5914
1360.	Юсупова Гузель Сериковна	Применение медитации в психотерапевтической практике психологов и психосоматологов	5918
1361.	Керимкулова Жансая	Влияние детско-родительских отношений на расстройство пищевого поведения	5923
1362.	Сулейменова Гульжазира Тажмагамбетовна Абияким Ақбота Ақылбайқызы	Аутистік спектрдің бұзылыстары бар балаларды тәрбиелеп отырған ата-аналарды психологиялық сүйемелдеу	5926
1363.	Тухашев Муслим Яхьяевич	Взаимосвязь уровня самодисциплины и удовлетворённости жизнью у студентов	5930
1364.	Ахмет Бота Базарбайқызы	Жасөспірім және өмірдің мәні	5935
1365.	Жолдықараева Алтынай Қанатқызы	Отбасылық тәрбие стилінің жеткіншектердің өз-өзіне сенімді болуына ықпалы	5938

9.5-секция. Заманауи әлеуметтік саясат пен әлеуметтік жұмыс
Современная социальная политика и социальная работа

1366.	Имангалиева Жанель Сержановна	Вызовы и проблемы в работе социальных работников во время чрезвычайных ситуаций	5942
1367.	Седунова Кристина Владимировна	Социально-психологическая адаптация выпускников детских домов	5945
1368.	Михайлова Дарья Анатольевна	Образ профессии «социальная работа» в средствах массовой информации Республики Казахстан	5949
1369.	Жусупова Дильназ Дулатовна	Мотивация профессиональной деятельности и уровень притязаний будущих социальных работников	5953
1370.	Аманкельды Чингиз Аскарұлы	Профессиональная пригодность и приспособляемость к профессии «Социальная работа»	5955
1371.	Сейтжанов Сабыржан Жарылкаганович	Перспективы, риски и возможности миграции в условиях города (на примере г.Астана)	5958

1372.	Аубакирова Аягоз Каиртаевна Адилбекова Толкын Алиевна	Социальная работа и цели устойчивого развития: литературный обзор	5961
1373.	Абдрахманова Сыргагул	Права на образование детей с нарушением слуха в Казахстане	5966
1374.	Болатова Ұлжан Мырзағалиқызы	Қазақстандағы ақпараттық қауіпсіздік және медиасауаттылық; БАҚ рөлі мен әлеуметтік саясат механизмдері	5970
1375.	Семенова Юлия Евгеньевна	Роль социальных работников в профилактике суицидального риска в медиа пространстве	5973
1376.	Сейтхан Гүлзат Жаңабайқызы	Әлеуметтік жұмыскер медициналық-санитариялық алғашқы көмек ұйымындағы мультидисциплинарлы топтың негізгі қатысушысы	5976
1377.	Саңғылбаева Ботагөз Ермекқызы	Жаңа туылған нәрестелерден бас тартқан әйелдердің мотивациясы мен әлеуметтік жағдайлары: перзентханадағы кейстерді талдау	5980
1378.	Дуйсенбаева Толқын Нурдиллақызы	Әлеуметтік жұмыстың тәжірибесінде арт-терапияны қолдану мүмкіндіктері	5985
1379.	Нұранова Данагүл Жандарбекқызы	Жетім балалармен және ата-анасының қамқорлығынсыз қалған балалармен жұмыс істеудегі кейс-менеджмент	5988
1380.	Олжабай Аружан Қалдыбекқызы	Спорт мүгедектігі бар адамдардың өмірлік сценарийін өзгерту факторы ретінде	5992
1381.	Бейбітова Ләззат Арманқызы	Әлеуметтік қызметкерлердің қазақстандағы инклюзивті туризмді дамытудағы рөлі	5996
1382.	Сегізбаева Жанерке Маханбетқызы	Девиантты-мінез құлықты жасөспірімдермен әлеуметтік жұмыс	5999
1383.	Шекербек Айжан Сәбитқызы	Ядролық сынақтардан зардап шеккендерді әлеуметтік қорғау	6002
1384.	Алибекова Жанат Асылбекқызы	Көру қабілеті бұзылған балаларға әлеуметтік қолдау көрсету	6008
1385.	Аманбай Еркежан Әлібекқызы	Әлеуметтік жетімдікті еңсерудегі қабылдаушы ата-аналар мектебінің үлесі	6011

1386.	Ибрагим Аяулым Ерболқызы	Егде жастағы адамдарға күтім жасаудың кешенді тәсілі	6014
1387.	Ерғалиева Аяулым Ғалымжанқызы	Еріктілік – әлеуметтік жұмыстың ажырамас бөлігі	6017
1388.	Қыстаубай Карима Қуанышбекқызы	Адаптация студентов первого курса к обучению в вузе	6024
1389.	Исаева Мерей Сеилбековна	Социальное предпринимательство: от бизнеса к общественной трансформации на пути к устойчивому будущему	6029

9.6-секция

ЦИФРЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫС: ҚАЗІРГІ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ МЕН БІЛІМ БЕРУ АСПЕКТІЛЕРІ ЦИФРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

1390.	Талапқанұлы Ераман	Спорт журналистерін даярлау: 2019–2024 жылдардағы медиа-зерттеулер және халықаралық тәжірибе	6033
1391.	Кайрат М. К.	Эволюция социальной рекламы в Казахстане: от плакатов к digital-форматам	6038
1392.	Орынбасар С.А.	Жасанды интеллект заманындағы digital - коммуникациялар	6042
1393.	Мурзағалиева А.Е.	Сегментация аудитории с помощью искусственного интеллекта	6048
1394.	Мағзұмова Ж. Н.	PR саласындағы жасанды интеллект	6053
1395.	Салимжан Д.Ж.	Кризисный digitalpr: как справиться с негативом в интернете	6057
1396.	Тұяқбай Ақнұр Айболқызы	PR-дың қазақ поэзиясының дамуына ықпалы	6062
1397.	Алиева А. Д. Рустемова М. М.	Жасанды интеллект және PR-дағы цифрлық технологиялар	6066
1398.	Дауитхан Көгершин	Әйел спортшыларына қатысты медиа репрезентациялар: гендерлік аспект	6069
1399.	Ерланова Еркежан Ерлановна	Tiktok және Instagram платформаларындағы спорттық контенттің ықпалы	6072

1400.	Иүсіп Нәрсә	Спорт журналисінің бейнесі: кәсіби дағдылар мен жаңа талаптар	6074
1401.	Кабылбекова Аяна Канатовна	Қазақ киносының имиджін қалыптастырудағы PR-дың рөлі	6076
1402.	Құдайберген Аяулым Мирханқызы	Қазақ театрын жандырудың PR стратегиялары: жаңа медиа құралдарының рөлі	6079
1403.	Құрманжан Айгер	Халықаралық спорт жарыстары және қазақтілді бақ-тың қатысуы	6081
1404.	Отынбай Аружан Абайқызы Куанышева Диамара Куанышевна	Спорттық шараларды әлемдік деңгейде ұйымдастырудағы PR-дың рөлі	6085
1405.	Халым Күзеухан	Әлеуметтік желілердегі спорт журналистикасы: артықшылықтары мен кемшіліктері	6090
1406.	Хуандаг Алемнур	Футбол матчтарының репортажы: журналистік шеберлік пен этика	6092

9.7-секция

Журналистиканың дамуы: дәстүр мен трансформация Развитие журналистики: традиции и трансформация

1407.	Тургазыева Дильназ Медетовна	Қазақстан телеарналарындағы сараптамалық бағдарламалардың жаһандық кезеңдегі даму тенденциясы	6097
1408.	Амантай Жұлдыз Ағыбайқызы	Әйел журналистердің қоғамдық-саяси қызметі: отандық және шетелдік тәжірибе	6101
1409.	Kussainova Adel	Comparison of crime programs on tv different countries	6104
1410.	Озенбаева Назым Тукибаевна	Журналистика путешествий: история возникновения и этапы становления	6107
1411.	Қабдрашев Біржан Жарқынұлы	Қарулы қақтығыс аймағындағы журналистің рөлі мен қауіпсіздігі: Ресей мен Украина жанжалы негізінде	6111
1412.	Akimbekova Dilyara	Practice – oriented approaches in teaching journalism: experience of universities in Poland and Kazakhstan	6114
1413.	Elubay Guldana	Interactive teaching methods in training future journalists: practices from Poland and Kazakhstan	6116

1414.	Ғаббас Г.Е.	Сұхбат алудың ерекшеліктері (Youtube әлеуметтік желісінің мысалы бойынша)	6120
1415.	Мулькаман Назерке	«Threads» жаңа әлеуметтік желісінде отандық және шетелдік бақ-тың белсенділігі: салыстырмалы контент-талдау	6125
1416.	Серикова К.Т.	Қазақстан мен Ресей байланысы: ақпараттық кеңістіктегі ықпалдастықты арттырудағы өзекті мәселелер	6128
1417.	Шанжархан Зейін Әмірханұлы	Интернет журналистика негіздері: трендтер, аудитория, платформалар	6133
1418.	Сәдуақас Шаттық Серікқалиқызы	Әлеуметтік медиадағы Edutainment Қазақстандағы танымдық контент жасаудың жаңа моделі	6137
1419.	Жамботырова Айнеля Ербулатовна	Цифрлық дәуірдегі жаңалық тарату: дәстүрлі телевизияның бәсекеге бейімделуі	6142
1420.	Жұмағали К.С.	«Хабар» телеарнасында ақпараттық саясатты көрсету ерекшеліктері мен проблемалары (2015–2024 жылдар бойынша)	6147
1421.	Асилбек Жансая Турсунқызы	Журналистер мен алгоритмдер: жасанды интеллектің редакциялық процестер мен аудиторияның сеніміне әсері	6149
1422.	Сұлтан Ажар	Имидж және бедел: жеке тұлғаларға арналған имидж қалыптастыру стратегиялары	6151
1423.	Бекен Алем Куатұлы	Жасанды интеллект және big data технологияларының цифрлық журналистикадағы рөлі	6154
1424.	Ахметова Дильназ	Қазіргі медиадағы трансформация	6156
1425.	Жарбосинова Акмарал Наурызбайқызы	Әлеуметтік медиаданың жаңа механизмдері, алгоритмдік сүзгілердің қоғамдық пікірге ықпалы	6159
1426.	Кенжеқара Әспет	Цифрлық медиадағы отандық pr және жарнама	6162

1427.	Алтай Іңкәр	Медиадағы манипуляция және оның қоғамға әсері	6164
1428.	Молдахметова Камила Қалдыбекқызы	Желтоқсан көтерілісінің тарихи маңызы мен саяси бағасы	6168
1429.	Бошанова Әсел Ербуланқызы	БАҚ-тағы медиа-инновациялардың дамуы	6169
1430.	Ментай Аяжан	Қазіргі журналистика: дәстүр сабақтастығы және трансформация жолдары	6173
1431.	Берік Д.Б.	Қазіргі тележурналистикадағы қазақ тілінің тілдік нормалары: жаңалықтарда қолданылу мәселелері	6176
1432.	Кеңшілікова Еркеназ Ғабитқызы	Журналистиканың дамуы: дәстүр мен трансформация	6181
1433.	Дәлкенқызы Перизат	Цифрлық трансформация және дәстүрлі БАҚ: қазақстандық медианың жаңа бағыты	6182
1434.	Манафья Шұғыла Бақытқызы	Салааралық журналистиканың даму үрдістері мен трансформациясы	6185
1435.	Байұзақ Ұлданай	Отандық мультфильмдердің тәрбиелік аспектілері	6189
1436.	Толкынбекова Дильназ	Киноаударма теориясы мен оның түрлері	6193
1437.	Ералханқызы Би-Фатима	Израиль-Палестина қақтығысы жағдайындағы бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі	6194
1438.	Dildabek Gaini Ibragimova Akbota	Youtube as a second screen: the digital adaptation of kazakhstan tv channels	6198
1439.	Қожатай Аяжан	Сот журналистикасы: отандық және шетелдік тәжірибе	6202
1440.	Құрманалы Дариға Дәулетқызы	Цифрлы медиа мен дезинформацияның қоғамдық санаға әсері	6204
1441.	Марданманова Әмина	Телеертегілердің бала тәрбиесіне ықпалы	6208
1442.	Арғын Томирис Дамирқызы	Этикалық мәселелер және журналистиканың жауапкершілігі	6210

1443.	Одылова Мафтуна	Влияние цифровизации на распространение феминистского дискурса: социальные сети и онлайн-платформы	6214
1444.	Шардарбек Аружан	Фактчек жасау және оның маңызы	6219
1445.	Kussainova Adel	Image of journalists and tv hosts covering criminal topics on television	6223
1446.	Серікова Құралай	Қазақстан мен Ресей ынтымақтастығы: БАҚ перспективасына көзқарас	6229

9.8-секция

МЕДИА ЖӘНЕ БАСПА ИНДУСТРИЯСЫ: ЖАҢАНДЫҚ ТРЕНДТЕР МЕН ҰЛТТЫҚ ЕРЕКШЕЛІКТЕР

МЕДИА И ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ИНДУСТРИЯ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

1447.	Сансызбаев Н.Д.	Цифрлық дәуірдегі баспа: кітап шығару, оқу мәдениетін қалыптастырудағы мәселелер	6232
1448.	Сугурова Салтанат Базарбаевна	Қазақстандағы ауыл шаруашылығындағы суды үнемдеудің БАҚ-тағы көрінісі	6234
1449.	Narzullayeva Mukhayyo Iftikhor qizi Allambergenova Perkhan Kudaybergenovna	Theory and practice in journalism education	6237
1450.	Джумахметов Жігер Мейрамбекұлы	Дизайн трендтерінің эволюциясы және олардың жарнама стратегияларына ықпалы	6240
1451.	Нұрайлым Байзакеш	Қазақтілді балалар басылымдары: қалыптасу тарихы мен даму болашағы	6243
1452.	Қуанышқызы Ақниет	Медиадағы тактильді дизайн: жаңа тіл	6246
1453.	Келесова Жұлдыз Бақытжановна	О некоторых тенденциях в книгоиздании переводной Зарубежной литературы на казахском языке	6248
1454.	Маличкина Елизавета Андреевна	Перспективы цифрового книгоиздания в Казахстане	6251
1455.	Бекен Ильяс Ерғалыұлы	Верстка и дизайн важный фактор привлечения аудитории к печатным изданиям	6253

1456.	Шарапиева Рысалды	Интерактивті баспа өнімдері: заманауи білім мен медианың жаңа белесі	6257
1457.	Нургалиев Мади Еркатович	Использование ритма и звуковых эффектов	6260
1458.	Мұхитқызы Диана	Қазақ кітабының эволюциясы: көне қазақ кітаптарындағы иллюстрация (каллиграфия) өнері	6264
1459.	Амангелдина Данажан	Эпистолярлық мәтіндердің ғылымдағы орны	6269
1460.	Бейсенбай Диана	«Мазмұндама» баспасының заманауи жобалары	6272
1461.	Талғатқызы Адина	«Steppe and world» баспасының аударма кітап шығарудағы іс-тәжірибесі	6275
1462.	Тулегенова Аяулым	Шетел классиктерін қазақ тіліне аудару: мәдениетаралық диалог және әдебиеттегі аударма мәселелері	6278
1463.	Какен Мейірім	Ауғанстандағы билік ауысуы және оның халықаралық медиадағы көрінісі	6281
1464.	Жанатова Асем	Қазақ әндерінің әлеуметтік медиада насихатталуы	6286
1465.	Гантумур Армангүл	«Гейткипер» теориясы және медиа манипуляция	6289
1466.	Мұқанбай Ділнәз	Қытай мен АҚШ арасындағы ақпараттық соғыс	6293
1467.	Хамзина М. А.	Взаимодействие современных издательств и социальных сетей	6296
1468.	Ермаханова Ә.Б	Влияние социальных медиа на рекламу фильмов и роль издательских платформ	6300
1469.	Қожатай Аяжан Мустафақызы	Ақпарат дәуіріндегі технологиялық соғыс - жаңа саяси құрал ретінде	6304

СЕКЦИЯ 10

ЗАҢ ҒЫЛЫМДАРЫ

қорқыныштан немесе пайда үшін емес, шынайы махаббатпен болу керек. Және де зухд ілімін қатаң ұстанып, материалдық дүниеден толық бастартқан.

Рабаи әл-Адавия – сопылық дәстүрінде ерекше орын алған әйел мистик, оның ілімі Құдайға деген таза, шартсыз махаббатқа негізделген. Ол құлдықта, кедейлікте өмір сүрсе де, барлығын Аллаға арнады және материалдық игіліктерден толығымен бас тартты. Оның басты ұстанымы – Құдайды өз мүддесі үшін емес, тек шынайы махаббатпен сүю. Оның идеялары кейінгі сопыларға үлкен ықпал етті. Ол сопылықтағы зухд (аскеттік) өмір салтын ұстанып, ер адамдардың тұрмысқа шығу ұсыныстарынан бас тартты, өйткені өзін тек Құдайдың меншігі санайтын. Жұмаққа жету немесе тозақтан қорқу үшін емес, тек Құдаймен бірігуді мақсат еткен Рабаи "фана" (өзін-өзі жоғалту) концепциясын рухани тәжірибесінде терең түсіндірді. Рабаи басқа әйел мистиктерге де үлгі болды, оның идеяларын кейін Фатима Нишапури сынды әйелдер жалғастырды. Жалпы, Рабаи әл-Адавия сопылықтағы әйелдердің рөлін көрсетті және "құдайлық махаббат" концепциясын қалыптастырды. Оның өмірі мен идеялары тек сопыларға ғана емес, жалпы діни философияға да ықпал етті.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. <https://kk.wikipedia.org/wiki/>
2. Суфии: Собрание притч и афоризмов. — М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. — 640 с
3. https://dzen.ru/a/YcsK_yC89EgYoJtI?sid=39051874120449
4. Аттар Ф. Тазкират ал аулия, или Рассказы о святых / Ф. Аттар. — М.: Жемчужина Востока, 2005. — 240 с.
5. Перну Р. Хильдегарда Бингенская. — М.: Альпина, 2018. — 320 с.
6. <https://www.livelib.ru/translations/post/120436-hrabrye-zhenschiny-spashhie-sbornik-tekstov-svyatoj-hildegardy-bingensko>

9.3 ЗАМАНАУИ ҚОҒАМ: ӘЛЕУМЕТТАНУЛЫҚ ТАЛДАУ

УДК 316.334.23

ТЕОРЕТИКО - МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БРЕНДА В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

Мамежан Гүлназ Асылзадақызы

mamezhanovag@mail.ru

Студент 4 курса кафедры социологии, ЕНУ имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

В последнее время тема формирования и продвижения брендов в различных сферах социальной жизни обусловлена возрастающей активностью среди исследователей. Процесс формирования бренда является основной задачей компаний, занятых в экономической сфере, и приобретает новое значение применительно к личностям, идеям различного типа социальным обществам. К частности, в нынешнее время данный процесс становится актуальным, так как в период преобразований экономических реформ меняются социальные установки и предпочтения людей, социальных групп.

В казахстанском социуме в повседневной жизни, происходящие изменения в статусе потребления демонстрирует период структурной трансформации и рассматривается как институционализированная потребительская практика. Данное изменение статусов потребления казахстанцев говорит о необходимости исследовании востребованности социокультурной роли потребления с акцентом на значимость символического аспекта в котором может выступать бренд. В последнее время влияние средств массовой коммуникации, в том числе рекламы, маркетинга произошли изменения в предпочтений различных групп населения. Данные изменения в потребительской деятельности, показывают необходимость исследований бренда как социального феномена влияющие на сознание и поведение субъекта и непосредственно отражается на социальное развитие общества.

В условиях рыночной конкуренции производители формируют бренды на внутреннем и внешнем экономическом пространстве используя различные способы реализации. В связи с этим исследование бренда с использованием социологического подхода способствует осмыслению функционирования специфики символики бренда, процесса превращения ее общественной силу, воздействующая на сознание людей. В связи с этим, основной целью статьи является исследование теоретико-методологических основ исследования бренда в рамках семейного бизнеса как одна из форм предпринимательства. Бренд в семейном бизнесе на современном рынке представлен как инструмент развития рыночных отношений, представляет объективную потребность в изучении аспектов, существующих тенденции как основной категории современного общества.

В отечественной социологии исследования брендинга в семейном бизнесе представлены в малом количестве. Это приводит к ограниченному пониманию механизмов формирования, восприятия и развития таких брендов, что делает тему особенно актуальной для социологии. Во-вторых, в эпоху переоценки потребительских ценностей семейные бренды становятся символом доверия, устойчивости и культурной аутентичности, что требует глубокого анализа их социальной природы. В-третьих, семейный бизнес в Казахстане часто выполняет не только экономическую, но и культурно-социальную функцию сохранения локальной самобытности, языка и традиций. Всё это подчёркивает необходимость междисциплинарного и комплексного подхода к исследованию данной проблемы.

Среди академических исследований по брендингу в Казахстане можно отметить ряд публикаций профессора экономики Л.К. Баймаганбетовой. Среди них — такие работы, как «Рынок образовательных услуг как фактор формирования странового бренда» [1], «Страновой бренд Казахстан: взгляд со стороны» [2] и другие.

По данной проблеме имеются работы других исследователей, такие как Мамбетказиев А.Е., Конопьянова Г.А. [3], Каленова С.А. [4], Кренгауз И.Н. [5], Разакова Д.И. [6], Жакенова К.А. [7], Каирова А.А. [8], Токтаров Е.Б. [9] и многие другие.

Теоретическое осмысление брендинга в семейном бизнесе требует обращения к социальным и культурным аспектам, которые влияют на восприятие бренда потребителями. В отличие от классического подхода, ориентированного на маркетинговые стратегии, в семейном бизнесе важным становится сохранение и передача семейных ценностей, что также накладывает отпечаток на восприятие бренда. В этой связи исследования в области социологии, экономики и психологии предоставляют ценные инструменты для анализа бренда как культурного явления, которое функционирует не только в экономическом, но и в

социальном контексте. Анализ бренда в семейном бизнесе приобретает особую глубину при рассмотрении через призму социологических теорий, позволяющих понять, каким образом бренд функционирует в системе социальных отношений, символов и идентичностей.

Одной из ключевых теорий в данном контексте является теория социального капитала, предложенная П. Бурдьё [10]. Бренд семейного бизнеса неразрывно связан с социальными связями, доверием, репутацией и признанием в локальном сообществе. Социальный капитал здесь выступает как ресурс, обеспечивающий лояльность потребителей и стабильность развития бизнеса. Семейный бренд становится носителем коллективной памяти, доверительных отношений и ценностной преемственности, что усиливает его устойчивость на рынке.

С точки зрения символического интеракционизма, бренд можно трактовать как символический артефакт, наполняемый значением в процессе взаимодействия между семьёй-владельцем и потребителями [11]. Через бренд потребитель интерпретирует семейные ценности, стиль жизни, а также приписывает ему определённые социальные смыслы. Таким образом, бренд – это не только товарный знак, но и форма символической коммуникации.

Также, идеи Ж. Бодрийяра о визуализации, симулякрах и имидже придают анализу бренда критическую глубину. По Бодрийяру, современное общество живёт в мире знаков, где образы заменяют реальность [12]. В этом контексте бренд семейного бизнеса может становиться симулякром – образом, необязательно связанным с реальной сущностью продукта или самой семьи, но воспринимаемым как «настоящий».

Имидж бренда – это сконструированный визуально-смысловой нарратив. Однако именно в этом сконструированном имидже рождается привлекательность и конкурентоспособность бренда в глазах потребителей.

Семейный бизнес включает в себя не только экономические, но и социокультурные аспекты, что накладывает свой отпечаток на стратегию брендинга. Исследования показывают, что в семейных компаниях важен не только аспект экономической устойчивости, но и способность бизнеса формировать и поддерживать долгосрочные отношения с потребителями через ценности, связанные с семьёй.

Исследования в области предпринимательства подтверждают важность социального капитала в успешном функционировании брендов семейных компаний.

Формирование бренда семейного бизнеса необходимо рассматривать как многоуровневый процесс, в который вовлечены не только коммерческие, но и культурные и социальные факторы. Бизнес несёт в себе не только предпринимательский дух, но и социальные элементы, такие как традиции, ценности и репутация. Эти элементы накапливаются и передаются через поколения, что является важным аспектом брендинга. При этом процесс формирования бренда зачастую имеет ярко выраженную личную привязку к основателям и их семье. Это создаёт уникальные конкурентные преимущества для семейных брендов, так как потребители часто ассоциируют такие бренды с доверием и аутентичностью, что важно в современном бизнес-контексте.

Кроме того, концепция брендинга семейного бизнеса тесно связана с теорией социальных сетей и социальных связей. Бренд семейного бизнеса часто строится на основе семейных отношений и связей внутри и вне семьи. Такой бизнес создаёт и поддерживает сеть доверительных отношений как внутри своей организации, так и с внешними партнёрами и потребителями. Эти связи формируют определённый социальный капитал, который является основой устойчивости семейного бизнеса на рынке. Социальный капитал включает в себя доверие, репутацию и долгосрочные отношения, что даёт бренду в долгосрочной перспективе значительное конкурентное преимущество.

Методологически изучение бренда семейного бизнеса требует комплексного подхода. Для этого необходимо сочетать качественные и количественные методы исследования. Качественные методы, такие как интервью с владельцами семейных бизнесов, а также контент-анализ их публичных заявлений и материалов, позволяют выявить внутреннюю культуру, ценности и стратегии, лежащие в основе их брендинга. Количественные

исследования, в свою очередь, дают возможность оценить восприятие бренда потребителями, уровень доверия и влияния семейных компаний на социальные и экономические процессы в регионе. Важную роль в этом процессе играет и социальный контекст, в котором функционирует семейный бизнес. Так, например, семейные бренды могут быть воспринимаемы по-разному в зависимости от культурных и социальных особенностей региона, что подтверждается теоретическими исследованиями брендинга, выполненными в рамках социологических подходов.

Особую важность приобретает изучение бренда в семейном бизнесе в условиях современной трансформации потребительских предпочтений и роста значимости нематериальных активов. Сегодня бренд – это не просто визуальный образ или маркетинговый инструмент, а отражение смыслов, идентичности и ценностных ориентиров, которые семья-творец бизнеса транслирует в общество. Потребители становятся более чувствительными к подлинности и устойчивости, поэтому бренды, основанные на семейных традициях, воспринимаются как более искренние и заслуживающие доверия.

Кроме того, важно отметить, что брендинг в семейном бизнесе может стать фактором устойчивого развития не только отдельной компании, но и целых сообществ. Семейные бренды часто укоренены в местных контекстах, продвигают локальные продукты, традиции, язык и культуру.

Исследование бренда в контексте семейного бизнеса должно учитывать все эти элементы – от социального капитала и культурных аспектов до применения специфических методов и теоретических подходов. Семейный бизнес является важным объектом социологического исследования, поскольку его брендинг не ограничивается только коммерческой целью, но служит также и социальной цели, объединяя потребителей и обеспечивая стабильные отношения в рамках социальной сети.

В заключение можно отметить, что бренд в семейном бизнесе – это не просто маркетинговый инструмент, а социальный и культурный символ, отражающий уникальные ценности, традиции и идентичность семьи. Он формируется под влиянием как внутренней семейной динамики, так и внешнего социального контекста, становясь важным элементом доверия и устойчивости на рынке. Социологический взгляд позволяет рассматривать бренд как часть социальной реальности, влияющую не только на потребительское поведение, но и на процессы социального взаимодействия, локальную экономику и культурную преемственность.

Список использованных источников

1. Баймагамбетова Л.К. Рынок образовательных услуг как фактор формирования странового бренда // Непрерывное экономическое образование: модернизация обучения и методического обеспечения – Материалы IX Республиканской учебно-методической конференции (22-23 января 2014 г.). – Т. 1. – С. 31-39.
2. Баймагамбетова Л.К. Страновой бренд «Казахстан»: взгляд со стороны // Вестник Университета «Туран». – 2014. – №2. – С. 34-39.
3. Мамбетказиев А.Е., Конопьянова Г.А., Байкенов Ж.Е. Анализ продвижения национального бренда Казахстана в глобальном пространстве. Вестник университета «Туран». 2024;(2):94-109. <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-2-94-109>
4. Каленова С.А. Значение статистических показателей для определения странового бренда // Материалы международной научно-практической конференции «Статистика как средство международных коммуникаций». – Социологический институт РАН, Санкт-Петербург, 28-30 января 2014 г. – С. 74-75.
5. Кренгауз И.Н. Внедрение инноваций: принуждение или стимулирование? // Материалы VIII Международной научно-практической конференции «Россия и Европа: связь культуры и экономики» (28 февраля 2014 г.). – Прага, Чешская Республика: WORLDPRESS s.r.o., 2014. – С. 267-271.

6. Разакова Д.И. Выявление характеристик странового бренда «Казахстан» // Материалы Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие и востребованность науки в современном Казахстане». – Алматы, 2012. – С. 204-206.
7. Жакенова К.А. Роль культуры в формировании странового бренда «Казахстан» // Вестник КазЭУ. – 2014. – №2. – С. 45-50.
8. Каирова А.А. Продвижение странового бренда «Казахстан»: возможности в сфере культуры и туризма // Маркетинг Республики Казахстан: страновой бренд: сборник материалов научного семинара (27 декабря 2013 г.). – Алматы, 2013. – С. 56-63.
9. Токтаров Е.Б. Страновой брендинг: позиционирование Казахстана в мировом виртуальном пространстве // Материалы круглого стола «Страновой бренд «Казахстан» как проявление народной дипломатии» (7 февраля 2015 г.). – Алматы, 2015. – С. 88-94.
10. Бурдьё П. Формы капитала / Пер. с англ. М. С. Добряковой; Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения (фрагменты книги) / пер. с фр. О. И. Кирчик // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. — М.: РОССПЭН, 2004. — 680 с.
11. Мид Дж. От жеста к символу. В кн.: Американская социологическая мысль: Тексты. М.: МГУ, 1994. — С. 216.
12. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры /БодрийярЖ.;пер. с франц. Е.А. Самарской.-М.: Культурная революция, 2006. — 269 с.

ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН ИМИДЖІ: ТАРИХИ, МӘДЕНИ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕР

Серікбай Дархан Шымкентбайұлы

Serikbay_Darhan@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ «Әлеуметтік ғылымдар» факультетінің 2-курс магистранты, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Смағамбет Баян Жүзікбайқызы, ә.ғ.к., доцент

Аннотация

Мақала әлеуметтанулық, антропологиялық және географиялық-экономикалық перспективалар мен күнделікті өмір салтына негізделген жан-жақты талдауды ұсына отырып, Оңтүстік Қазақстанның әлеуметтік аумақтық имиджін зерттейді. Сапалы зерттеу әдістері мен әлеуметтанулық далалық жұмыстардың қорытындылары мен теориялық негіздерге сүйене отырып, мақала аймақтың әлеуметтік құрылымын анықтайтын әлеуметтік-мәдени ландшафттарды, сәйкестіктің қалыптасуын және қоғамның динамикасын зерттейді. Әлеуметтік факторлардың, кеңістіктік заңдылықтардың және мәдени тәжірибелердің күрделі өзара әрекеттесуінің негізінде Оңтүстік Қазақстанның әлеуметтік-аумақтық имиджінің өлшемдеріне талдау жасай отырып, аймақтық сәйкестікті, әлеуметтік келісімді және қоғамдастықтың дамуын түсіну үшін құнды түсініктер ұсынады.

Түйінді сөздер: Оңтүстік Қазақстан, әлеуметтік-аумақтық имидж, мәдени бірегейлік, бірегейліктің қалыптасуы, этносаралық қатынас, ауызша келісім.

Қазақстанның оңтүстік кеңістігі өзіне тән аумақтық бірегейлікке ие. Оның қалыптасу жолын түсіндіруде мәдени, экономикалық-географиялық, демографиялық факторларға мән берген дұрыс. Осы факторлардан әлеуметтік имидж қалыптасады. Аумақ Арал теңізінің шығысынан Балқаш көлінің оңтүстігіне, Тянь-Шань тауынан Жоңғар Алатауына дейінгі аймақты қамтиды. Айтылған аймаққа Қазақстанның төрт облысы кіреді (Алматы, Жамбыл, Түркістан, Қызылорда). Түркістан облысындағы жағдайлар сипатталады.