

## THE AFFECT OF INTELLECTUAL ENVIRONMENT OVER CREATING SOCIAL VALUES OF CONTEMPORARY YOUNGS

Қазіргі Жастардың Құндылықтарын Қалыптастыруға Ақпараттық Ортаның Әсері

**Kenje BEYSEMBAYEVA**

Lecturer, Kazakh State Women's Teacher Training University [missis.kenzhe@bk.ru](mailto:missis.kenzhe@bk.ru)

**Tolkin İNGAYBEKOVA**

Researche Assistant, Kazakh State Women's Teacher Training University [malysh.05@bk.ru](mailto:malysh.05@bk.ru)



Жеделдетілген әлеуметтік және экономикалық қайта құрулар дәуірінде, қазіргі қоғам «аномия», «құндылықтар вакуумы» мәселесіне кезікті. Жастардың қандай құндылық бағдарларды таңдауына қарай, көп жағдайда біздің еліміздің, біздің мәдениетіміздік даму жолы байланысты болады. Белгілі бір мәдениеттің шекарасы жеке мемлекеттің геосаяси әсер етуінің сферасы сияқты, «медиялық кеңістіктің» бірлігімен – осындай әсердің тілдік, этникалық, экономикалық алғышарттарымен анықталады.

Қазіргі шынайы өмір сүру жағдайында, үздіксіз артып келе жатқан коммуникативті үдерістердің жиілігі, ақпарат арналарының адамға қолжетімділігі, сонымен бірге коммуникация құралдарының көпшілік, жаппай сипатқа ие болуы, ақпараттық ортаның адамның құндылықтар жүйесін қалыптастырудың ерекшеліктерімен өзара байланысын қарастыру, біз үшін өзекті мәселе болып саналады. Ауқымды коммуникативті кеңістіктің ішіндегі ақпараттық ағындардың адамның және қоғамның өмір сүруінің барлық деңгейлерінде жаһандандыру және конвергенциялау үрдістері, зерттеушілердің алдына әдіснамалық және практикалық сипаттағы міндеттердің жаңа топтарын қояды.

Ұсынылған жұмыста ақпараттық ортаның біртұтас әсері және аудиторияның бұқаралық коммуникация құралдарымен өзара әрекетінің сипаты қарастырылады. Жас ерекшелік психологиясындағы зерттеулерді жалпылай отырып, біз «жастық шақ» ұғымын өзектілеу үшін аса қолайлы 18-25 жас аралығына тоқтауды жөн көрдік. Дәл осы жас кезеңі индивидтің өміріндегі әлеуметтік белсенді кезең болып саналады, яғни осы жаста адамның әрі қарай дамуына саналы және мақсатты бағытталған тұрғыда әсер ететін қоғамның толыққанды мүшесі болады [1]. Біздің ойымызша, теориялық алғышарттардан басқа, осындай зерттеулерге деген әлеуметтік сұранысты та атап өткен жөн. Соңғы жылдары жастардың ортасында алдыңғы ұрпақтың мәдени құндылықтарын жаппай қайта бағалауды, әлеуметтік-мәдени тәжірибені берудің сабақтастықтың бұзылуын білдіретін күрделі, біржақты интрепреатацияланбайтын үдерістер болуда. Қазіргі жастар жаңа бағдар ретінде «батыстың» құндылықтарын – даралық (индивидуализм) және материалдық байлыққа ұмтылысты таңдайды [2]. Осындай құндылықтар тұрғысында қазіргі БАҚ-ы, материалқы саладағы жетістіктерге жетуге бағытталған «ауқатты», «өзін-өзі жүзеге асырған» адамдарды көрсетеді.

Жастар – әлеуметтік және психофизикалық жетілудің қалыптасу кезеңін басынан өткеретін, ересектердің әлеуметтік рөлдерін орындауға бейімделу кезеңін басынан өткеретін әлеуметтік-демографиялық топ. Жастардың төменгі жас шекарасы 14 жасқа сәйкес келеді, бұл кезде физикалық жетілу басталады және адам еңбек әрекетімен шұғылдана алады (оқуды немесе еңбек етуді таңдау кезеңі). Жоғары жас шекарасы экономикалық дербестікке, кәсіби және жеке тұрақтылыққа қол жеткізумен анықталады (отбасын құру, балалардың туылуы).

Жастар демографиялық категория ретінде 15 жас аралығындағы адамдарды біріктіреді. Жастар кезеңіне адамның өмір циклындағы басты әлеуметтік және демографиялық оқиғалар сәйкес келеді: жалпы білім алуды аяқтау, мамандық таңдау, кәсіби білімге ие болу, еңбек іс-әрекетінің басталуы, некеге тұру, балалардың туылуы. Осы жас кезеңінің өкілдері салыстырмалы түрдегі осы қысқаша уақытта өздерінің әлеуметтік-демографиялық статусын бірнеше рет алмастырады.

18 жасқа дейінгі жасөспірімдер – бұл негізінен орта мектептің оқушылары және кәсіби оқу орындарының білім алушылары. Әдетте, олар ата-анасының қамқорлығында болады, жалпы немесе арнайы орта білімді аяқтауға жақын болады, олардың толыққанды азаматтық құқықтары болмайды (сайлау құқығы, некеге тұру құқығы).

18-24 аралығындағы жастарды жас қызметкерлер, студенттер, негізгі кәсіби даярлықты аяқтаған адамдар қамтиды. Олардың бір бөлігі ата-анасының отбасынан бөлектеген және өзіндік табыстарына өмір сүреді. Бұл жас кезеңінде некеге белсенді тұру басталады, жас отбасының қалыптасуы, алғашқы балалардың туылуы басталады.

25-29 аралығындағы жастар – бұл әдетте, кәсіби таңдауды жасаған, белгілі біліктілігі бар, бірқатар өмірлік және кәсіби тәжірибесі бар адамдар тобы. Осы жас кезеңіне барлық бірінші некелердің 90%-ға жуығы сәйкес келеді, ал 30 жасқа қарай отбасында жоспарланған балалар туылады. Осы өмірлік кезеңге жас отбасылардың кикілжіңг түсуінің жоғары деңгейі, некенің бұзылуы, жаңа серіктесті іздеу және некеге қайтадан тұру тән болады.

Жастардың қоғамдық өмірге енуінің екіжақты сипаты болады: жастар әлеуметтік нормаларды қабылдайды және қоғамды жаңартады, қоғамды жән әлеуметтік нормаларды қайта құрады, өздерінің инновациялық потенциалын жүзеге асырады. Жастар қоғамға бейімделіп қана қоймайды, сонымен бірге әлеуметтік іс-әрекеттің субъектісі болады. Жастарды әлеуметтендіруді оларға дайын әлеуметтік нормаларды механикалық тұрғыда беру ретінде қарастыруға болмайды, себебі жастар қоғамның тарапынан жасалған әсер ету объектісі ғана емес, олар әлеуметтік өмірдің белсенді субъектісі болып саналады. Соның нәтижесінде жастарды дамыту, қоғамды қайта жаңғырту жүзеге асырылады, бұл өз кезегінде жастардың әлеуметтік дамуына ықпал етеді.

Жастық шақтан бастап, құндылық бағдарлар жүйесі дамиды және негізінен интернализация арқылы қызмет етеді, яғни жаңа құндылық құрылымдардың пайда болуы мағыналанған және саналы қабылданған тәжірибенің негізінде жүзеге асады. Жас және тұлғалық дамудың белгілі сатысынан өту барысында құндылықтар жинақталады және аса жоғары деңгейдегі құндылықтар құрылымын анықтайды. Аталған үдеріс өзекті мағыналық күйде көрінетін өткен, қазіргі және болашақтың мақсаттары арқылы жүзеге асырылады [3].

Жасөспірімдер мен жастардың құндылықтарының қазіргі бейнесі көп жағдайда қазіргі заманғы бұқаралық коммуникация құралдары арқылы қалыптасатын бақыт пен жетістік бейнелеріне сәйкес келеді. Осылайша, теориялық деңгейде ақпараттық ортаның қазіргі жастардың басым болатын құндылық бағдарларының қалыптасуына мүмкін болар әсері мен үлесін қарастыру міндетін қояды.

«Құндылық» ұғымы философиялық және басқа арнайы әдебиеттерде болмыстың белгілі құбылыстарының адамзаттық, әлеуметтік және мәдени мәнін анықтау үшін кең қолданылады. Құндылық – бұл ұмтылатын объектіге адамдардың сезімі бағытталады және

оған адамның құрметпен, сүйіспеншілікпен қатынас білдіруін айқындайтын ұғым. Мәні бойынша, құндылық – белгілі бір заттың қасиеті емес, объектінің толыққанды болмысының күйі.

Құндылық адамзат іс-әрекетінің барлық заттарының жиынтығы ретінде «заттық құндылықтар» ретінде, яғни құндылық қатынас объектілері ретінде қарастырылуы мүмкін. Құндылықтың өзі – бұл субъект үшін объектінің біршама мәні. Құндылықтар – зат немесе құбылыстардың мәні мен қасиеті. Сонымен бірге, бұл адамдардың өздерінің қажеттіліктері мен қызығушылықтары арқылы қанағаттандыратын белгілі идеялары мен көзқарастары.

Көптеген әлеуметтанушы зерттеулер жастардағы жалпы құндылықты және нормативті дағдарысты анықтайды. Бірқатар сауалнамаларды талдау нәтижесінде соңғы онжылдықта жастар ортасында алдыңғы ұрпақтың мәдени құндылықтарын қайта бағалаумен, әлеуметтік-мәдени тәжірибені берудегі сабақтастықтың бұхылумен байланысты күрделі өзгерістердің болғаны анықталды. Өмірлік жоспарлар мен жастардың еңбекке бағдарлануы олардың материалды байлық саласына деген қатынасымен, жоспарларды жүзеге асыру және мақсатқа жету барысында материалды байлыққа ие болудың мүмкіндігімен тікелей байланысты. Көптеген әлеуметтік-психологиялық зерттеулер көрсеткендей, материалды байлық жастардың арман-тілектерінде маңызды орын алады және біршама дәрежеде жастардың экономикалық белсенділігінің сипатын анықтайды: бастамашыл немесе ұйымдастырылған, конструктивті немесе деструктивті [4].

Осылайша, жастардың ақша жинаумен, тауарлар мен қызметті тұтынумен байланысты құндылықтарға бағдарланудың жалпы бейнесі байқалады, атап айтсақ, мәртебе атрибуттары, материалды байлыққа ие болуға бағдарлану байқалады. Ұмтылыстардың аталған жиынтығы жалпы түрде тұтынуға деген бағдарлану ретінде белгіленуі мүмкін. Тұтыну – бұл қазіргі кез келген адамның күнделікті өмір сүруінің ажырамас бөлігі. Тұтынуға деген қажеттілікті адамның материалды байлыққа ие болуға ұмтылысы ретінде интерпретациялауға болады, онда тауарлар мен қызметке ие болу үдерісі өзіндік құндылық болып саналады. Біршама дәрежеде бұл айқын құндылық бағдары бар индивидтердің әлеуметтік және жеке мәртебесіне байланысты болады, ол тұтыну арқылы белгіленеді, материалды байлыққа ие болуы арқылы жүзеге асырылады. Мұнда тұтыну тауарды алу және қолданумен шектелмейтін жүйелі феномен ретінде қарастырылуы мүмкін. Белгілі бір тауарды сатып алу тілегіне сәйкес келетін эмоционалды, когнитивті және мінез-құлықты белсенділік соған сәйкес жалақыға ұмтылуды қамтиды.

Ақпараттық орта адамға және оның өмір сүру жағдайларына белсенді әсер етеді. Қазіргі кезде ақпараттық орта күрделі көпаспектілі құрылым болып саналады. Оны ортасында адам болатын барлық ақпараттық ағындарды өзіндік реттеушісі етіп сипаттауға болады [5]. Адамның психикасына ақпараттық әсер ету оның өмірінің барысында коммуникативті «агенттердің» кең спектрі арқылы жүзеге асады. Бұл әсерге адам алуан түрлі жағдайларда түседі, оларды «әлеуметтік-коммуникативті» жағдайлар деп белгілеуге болады. Жалпы түсіндіруде коммуникация қарым-қатынаспен салыстырғанда, ақпаратты беру үдерістерінің жиынтығы ретінде болады, оның біржақты және екіжақты сипаты болуы мүмкін.

Бұқаралық ақпарат құралдары адам баласы үшін дүниетанымдық тұрғыдан қосымша әлеуметтендіруші құрал ретінде қарастырылады және ол соған қызмет етуде. Демек, олар адамзаттың дүниені танып-білуінде, қосымша білім алуында үлкен рөл атқарады. Бірақ БАҚ-тың, соның ішінде теледидардың көрермендерді өзіне тәуелді ету ықпалының өте жоғары екенін ескере отырып, одан берілетін қандай да бір бағдарламаның көрерменді әртүрлі сезімде ұстау мүмкіндігін де әсте естен шығаруға болмайды.

Қазіргі өркениеттің ақпараттық кеңістігін технологиялармен, әлеуметтік институттармен, тілмен негізделген, адамның өмір сүруіне бағдарлы түрде әсер ететін, ақпаратты беру, өңдеу және сақтау үдерістерінің жаһандық жиынтығы ретінде сипаттауға болады. Аталған

зерттеудің мақсаттарын жетекшілікке алып, әдебиеттердегі анықтамаларды талдау негізінде, біз «ақпараттық орта» терминімен индивидке сырттай қатысты ақпараттық кеңістіктің бөлігін, индивидтің іс-әрекеті тікелей жүзеге асатын жағдайлардың жиынтығын белгілейміз.

Тәуелсіздігімізді нығайту мақсатында Отанға деген сүйіспеншілік, яғни патриоттық тәрбие алдыңғы қатарға шығатыны сөзсіз. Жас ұрпақты отаншылдыққа тәрбиелеу мемлекеттік маңызды мәселе екенін тағы бір еске сала кеткен жөн болар. Бұл жөнінде Қазақстан және Ресей Білім академияларының академигі Б.Момынбаевтың “Отаншылдық білім мен тәрбиенің тұғыры болуға тиіс” деген мақаласында (“Егемен Қазақстан”, 27 қаңтар 2006 жыл): “... Осы тұрғыдан келгенде, қоғамдық сананы қалыптастыруда, әсіресе жас ұрпақ тәрбиесінде БАҚ-тың жетекші орынға шығып отырғаны өмір шындығы.

Солай бола тұра, бүгінгі таңда қазақстандық БАҚ жүйесіндегі еркіндіктің басты мәселеге ұласып бара жатқаны айырықша алаңдатады”, дейді. Бұл мақалада қазақ жерінде қазақстандық БАҚ-тан гөрі шетелдік БАҚ-тың пайыздық көрсеткіші жоғары деген мәлімет берілген. Одан әрі автор отаншылдық жайындағы ойын жан-жақты сараптай келе: “Біздің ойымызша, БАҚ-тың ең киелі міндеті ақпараттық-ағартушылық ұстаным болуға тиіс. Бұл ретте, БАҚ-тың рөлі бүгінгі таңда бірінші орында тұрғанын социологтар бірауыздан мойындайды. Демек, Қазақстан БАҚ-тарындағы ұрпақты аздыратын, ұлтты тоздыратын кейбір бейбастақтықты ауыздықтау проблемасы әбден шегіне жеткенін терең сезінуіміз керек” деген ұтымды ой айтады [6].

Қазіргі кезде қандай бағдарламаны болсын көруге, тыңдауға барлық жағдай бар. Жаһандану заманында сырттан келіп жатқан ақпараттарға ешбір тосқауыл қойылып отырған жоқ. Ал мұның өзі балалардың БАҚ материалдарын ретсіз тұтынуына әкеліп отыр. Педагогика ғылымдарының докторы А.Құсайынов бұл әрекетті медиазорлық деп санайды.

Шын мәнінде, оң мен солын әлі танып үлгермеген балалардың қалыптасуына кері әсері бар зорлық-зомбылықты насихаттайтын фильмдерді көруге мүмкіндік туғызу – үлкен қиянат. Ғалым “Егемен Қазақстан” газетінде жариялаған “Медиазорлық және балалар” атты мақаласында Ресей ғалымдарының пікірлеріне сүйене отырып, ата-аналар балаларына барлық жағдай жасай келе, әйтсе де оларды агрессиядан қорғай алмай отырғанын айтады. Ал агрессия мен жаман қылық көбіне теледидардан берілетін зорлық-зомбылыққа толы фильмдерді көргеннен соң пайда болады [7].

Соңғы жылдары жүргізілген әлеуметтік зерттеулер, жастар ортасында ақпараттың қайнар көздерінің арасында аса маңызды рөлді теледидар (30%), әрі қарай интернет (16%), достар (14%), радио (11%) және газеттер (11%) атқаратынын көрсетеді. БКҚ-ның алуан түрлі типіндегі ақпараттық арналарды ұйымдастырудың ерекшеліктеріне қарай, олардың жастардың құндылық бағдарларын қалыптастырудың рөлі алуан түрлі болады.

Интернет және теледидар нарықтық экономиканың заңдарына бағына отырып, тұтынуды ынталандырудың міндеттерін орындайды, яғни нарықтық экономика жағдайында қоғамның қажетті міндеттерінің бірін жарнамалық хабарламалардың ауқымды саны арқылы орындайды. Бұл хабарламалар тауарды тікелей сату түрінде және жасырын жарнама түрінде таратылады. Теледидардың ақпараттың қайнар көздері жүйесіндегі басты орны, қазіргі жастардың тұтыну мен материалды жетістіктің құндылықтар жүйесін игеруіне әкеп соғатынымен көрінеді.

Жоғарыда баяндалғандарды қорытындылай келе, қазіргі жастар үшін құндылықтарды интернализациялау үдерісіндегі теледидар мен жаһандық желінің рөлінің мәліметтерімен тұтыну саласының мәнін айқындайтын құндылықтар жүйесін зерттеудің мәліметтерімен салыстыра отырып, БКҚ-ның әсерінің құндылық бағдарлардың алмасуын негіздейтін фактор болатынын атауға болады. Жоғарыда баяндалғандарға сәйкес, біз адамның ақпараттық ортамен өзара әрекетінің жиілігіне ұғымдар, мағыналар, нормалар мен құндылықтардың

жиынтығын трансформациялау дәрежесі байланысты болатыны туралы болжам жасауға болады. Реципиенттің БКҚ-мен өзара әрекетінің белсенділігі мен енжарлығының арақатынасына байланысты, осы саланың құзырлығы мен когнитивті күрделілігіне қарай, осы өзара әрекеттің аясында қабылданатын және таратылатын хабарламаларды қабылдау нәтижесі тәуелді болады. Бұл өзара әрекет алуан түрлі жоспарлы, рефлексивті және «саналы» болған сайын, оған енгізілген индивидтің «құндылық репертуары» бай болады. Соған сәйкес, тұлғаның «мағына құраушы» алуан түрлі диспозицияларының белгілі бір басым болатын бағдардың бақылауына түсу қаупі төмен болады. Өмір сүруді реттейтін белгілі бір бағдарлы принциптің жағына «алмасу» және соған сай дисгармония (үйлесімсіздік), тұлғаның өзін-өзі жүзеге асыруына және нәтижелі дамуына кедергі келтіріп қоймайды, сонымен бірге өзгермелі әлеуметтік жағдайда дезадаптивті болуы мүмкін. Адамның құндылықтар проблематикасын және оған әсер ететін ақпараттық кеңістіктің әсерін теориялық талдау нәтижесінде ұсынылған болжамдарды тексеру үшін, аталған құбылыстарды эмпирикалық зерттеу жоспарланды және жүзеге асырылды.

Сонымен, жоғарыда баяндалғандардың негізінде біз белгілі тұжырымдар жасай аламыз. Жеке тұлғаның дамуы, ең алдымен, оның рухани ауқымын дамыту, этномәдени дәстүрлердің әсерімен қалыптасатын құндылық-мақсаттардың өзіндік иерархиясын құрумен байланысты болады, сонымен қатар тәрбие және өзіндік тәрбие барысында меңгерілетін дара өмірлік тәжірибемен байланысты болады. Бұнда жеке тұлғаның әлеуметтендіру барысында қабылдайтын (кең мағынасындағы тәрбие тұрғысында) барлық өмірлік бағдарлар сияқты, мақсаттар жасөспірімдер үшін құндылықтар болып саналады.

Қазіргі заманғы жастардың құндылық бағдарлар жүйесі бұқаралық ақпарат құралдары арқылы берілген, батыс қоғамының құндылық бағдарларының әсерімен қайта құрылу барысында екендігін айтуға болады. Алайда жастардың кейбір бөлігі отандық әлеуметтік-мәдени дәстүрлерге тән құндылық бағдарларды әлі де сақтайтыны анықталды.

Өмірдің маңызы мен құндылық бағдарлар мәселесі әрдайым өзекті болып табылады. Әрбір ғылым саласы оны өзінше түсіндіреді, алайда осы ұғымдардың қалыптасуына тарихи, әлеуметтік, экономикалық және саяси үдерістер әсер етеді. Әрбір адам өзінің өмірінің мақсатын және өмірлік құндылық бағдарларын анықтауы керек. Қазіргі заманғы әлемде өмір сүру қиын, ал мәртебелі өмір сүру одан да қиын. Сондықтан, әлеуметтік құрылымдар «машинасында» жұмсалатын материал болмас үшін, өмірдің мәнін анықтай отырып, қоғам мен өмірдегі өзінің орнын табу қажет.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Иконникова, С.Н. Социология о молодежи. Л.: Знание, 1985.
2. Лисовский, В.Г. Советское студенчество. М.: Высшая школа, 1990.
3. Залесский, Г.Е. Ценностно-мотивационные аспекты деятельности теории учения. // Вестник МГУ. Психология 1998 №2, с. 58-67.
4. Андреева, Г.М., Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000.
5. Пронина, Е.Е. Категориальная структура восприятия телевизионных передач. // Дисс. канд. психол. наук. М.: МГУ, 1987.
6. Момынбаев Б. «Отаншылдық білім мен тәрбиенің тұғыры болуға тиіс» атты мақала. «Егемен Қазақстан» газеті, 2006.
7. Құсайынов А.Қ. «Медиазорлық және балалар» атты мақала. «Егемен Қазақстан» газеті, 2008.