

*Е.М. Базарбай *¹*

*¹Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ 2 курс докторанты, Қазақстан, г. Алматы.
E-mail: jbazarbay@gmail.com*

ҚАЗІРГІ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫ АҒЫМЫНДАҒЫ ЖАСТАРДЫҢ МӘДЕНИ ДАМУЫ

Аңдатпа

Мақала жастар мәдениетінің құбылысын, оның қалыптасу ерекшеліктерін, қазіргі жағдайын және оның дамуын анықтайтын негізгі тенденцияларды БАҚ арқылы зерттеу болып табылады. Қазақстан жастарының саяси санасы, олардың әлеуметтенуі және патриоттық сезімдерін оятудағы бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі мен ықпалы зерттеледі. Жастардың қазіргі қоғамымыздағы саяси және әлеуметтік орны, сонымен бірге жаһандану үдерісіндегі көптеген ақпарат құралдарының мемлекетіміздің алға қарыштап дамуына және азаматтық қоғам мен ұлттар арасындағы бір-біріне деген төзімділікті қалыптастырудағы маңызы ерекше фактор ретінде талданады. Мақалададағы жастар мәдениеті мәселе-лерін шешу жастар мәдениетін қалыптастырудың тарихи ерекшеліктерін талдау нәтижелеріне негізделген. Қазақстандағы жастар мәдениетінің БАҚ арқылы өзіндік ерекшелігіне ерекше назар аударылған. Қазіргі жағдайда жастар мәдениеті автономия, тәуелсіздік және ішкі динамика ерекшеліктерін салыстырмалы түрде тез алады, бұл негізінен жаңа ақпараттық технологиялармен шартталған, бұл әлемдегі кез - келген жетістіктерге салыстырмалы түрде қарапайым және тікелей қол жеткізуге мүмкіндік береді. Жастар мәдениеті ұғымының БАҚ арқылы қазіргі мазмұнын талдау, бұл өз кезегінде оның дәстүрлі мәдениетпен байланысы мәселесіне жаңа көзқараспен қарауға мүмкіндік береді. Жастар мәдениетін қалыптастырудың негізгі кезеңдерін, бұқаралық мәдениет және жастар субмәдениеті ұғымдарын салыстырмалы талдау да мақалада жан-жақты талданып, оның бұқаралық мәдениетпен, билікпен байланысы, қазіргі жағдайы, сондай-ақ оның дамуының негізгі тенденциялары қарастырылады.

Кілт сөздер: БАҚ, жастар, мәдениет, ақпарат, Қазақстан жастары, жастар мәдениеті

*Базарбай Е.М. *¹*

*¹докторант 2 курса КазНУ имени Аль-Фараби, Қазақстан, г. Алматы.
E-mail: jbazarbay@gmail.com*

КУЛЬТУРНОЕ РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация

Статья представляет собой исследование через СМИ феномена молодежной культуры, особенностей ее формирования, современного состояния и основных тенденций, определяющих ее развитие. Исследуется политическое сознание молодежи Казахстана, ее социализация и роль и влияние средств массовой информации в Пробуждении патриотических чувств. Политическое и социальное место молодежи в современном обществе, а также значение многих средств массовой информации в процессе глобализации в ускоренном развитии нашего государства и формировании толерантности между гражданским обществом и народами друг к другу анализируются как особые факторы. Решение проблем молодежной культуры в статье основано на результатах анализа исторических особенностей формирования молодежной культуры. Особое внимание уделяется самобытности молодежной культуры Казахстана через СМИ. В современных условиях молодежная культура сравнительно быстро приобретает черты автономии, самостоятельности и внутренней динамики, обусловленные в основном новыми информационными технологиями, что позволяет относительно просто и напрямую добиваться любых достижений в мире анализ современного содержания понятия молодежной культуры через СМИ, что, в свою очередь, позволяет по-новому взглянуть на проблему его связи с традиционной культурой. Сравнительный анализ основных этапов формирования молодежной культуры, понятий массовой культуры и молодежной субкультуры также всесторонне проанализирован в статье,

рассмотрены ее связи с массовой культурой, властью, современное состояние, а также основные тенденции ее развития.

Ключевые слова: СМИ, молодежь, культура, информация, молодежь Казахстана, молодежь Казахстана

*Bazarbay E.M. ^{*1}*

¹st year doctoral student of Al - Farabi KazNU, Казахстан, г. Алматы.

E-mail: jbazarbay@gmail.com

CULTURAL DEVELOPMENT OF YOUNG PEOPLE IN THE CURRENT MASS MEDIA

Abstract

The article is a study through the media of the phenomenon of youth culture, the features of its formation, the current state and the main trends that determine its development. The political consciousness of the youth of Kazakhstan, their socialization and the role and influence of the media in the awakening of patriotic feelings are studied. The political and social position of young people in our modern society, as well as the importance of numerous media in the process of globalization in the progressive development of our state and the formation of tolerance for each other between civil society and nations, is analyzed as a special factor. The solution of the problems of youth culture in the article is based on the results of an analysis of the historical features of the formation of youth culture. Special attention is paid to the originality of youth culture in Kazakhstan through the media. In modern conditions, youth culture acquires the features of autonomy, independence and internal dynamics relatively quickly, which is mainly due to new information technologies, which allow relatively simple and direct access to any achievements in the world analysis of the current content of the concept of youth culture through the media, which, in turn, makes it possible to take a new look at the problem of A comparative analysis of the main stages of the formation of youth culture, the concepts of mass culture and youth subculture is also analyzed in detail in the article, its relationship with mass culture, power, the current state, as well as the main trends in its development are considered.

Keywords: media, Youth, Culture, Information, Youth of Kazakhstan, youth culture

Өзектілігі. Қазіргі ақпараттар ағымы заманында БАҚ-тың рөлі өте зор, себебі демократиялық қоғамда қандай да болсын саяси науқан мен оқиға БАҚ-сыз жүзеге асуы мүмкін емес деп айтуға болады. XX-XXIғғ, ғылыми техниканың жетістіктерімен бірге технологиялар заманы болып отырғаны баршаға мәлім. Ал демократиялық ұстанымдарды алға тартып келе жатқан еліміз үшін жаһандану кезеңінде саяси институттар мен үкіметтік емес ұйымдардың орны ерекше. Сол себепті де БАҚ-тың жастардың мәдени санасын қалыптастырудағы Қазақстандағы ерекшеліктерін талдауға мән беру өзекті деп ойлаймыз. XXI ғасырда жастар мен оған тән мәдениет ғалымдардың, әсіресе әлеуметтанушылардың, психологтардың, мәдениеттанушылардың назарын аударды. Соңғы онжылдықтары жастар мәдениетінің өзіндік ерекшелігі мен өзіндік құндылығын БАҚ ақпараттары арқылы зерттей отырып, бағалау сұранысы қзектілігін көрсетті. Ғылыми-техникалық прогрестің жеделдеуі және соған байланысты заманауи өндірістің керемет күрделенуі жастардың оған белсенді қатысуын мүлдем жоққа шығармады. Бүгінгі таңда жастардың түбегейлі жана түсінігі туралы айту қажеттілігі туындады, оның бастапқы нүктесі оған басқа ұрпақтар арасында тең құқықты көзқарас болып табылады, оның ерекшеліктері жас ерекшеліктерінде емес, өзін-өзі анықтауға және өзін-өзі растауға деген ұмтылыста айқын көрінеді. Жастар мәдениеті құбылысының ерекшелігін, оның дағдарыстық жағдайының себептері мен салдарын, сондай-ақ оны жеңудің мүмкін жолдарын БАҚ арқылы зерттеу қоғамдық сұраныс деп білеміз.

Материалдар мен әдістемесі. Жастар мәдениетінің проблемалары әртүрлі ақпарат көздерінде қарастырылған. Жастар тақырыбына арналған Мәдениет және мәдениеттану әлеуметтану саласындағы отандық және шетелдік авторлардың еңбектері зерттеудің теориялық негізін құрады. Мұндай авторлардың қатарына Агеев Б. С., Апарина А. В., Бестужев-Лада И. В., Бодалов А.А., Волков Ю.Г., Выготский Л.С., Галуцкий Г. М., К., Гуревич П.С., Давыдов Ю.Н., Ерасов Б.С., Здравомыслов А. Г., Иконникова С. Н. және т.б.

Мемлекеттік құрлымдар қалыптасудағы жастардың тұлғалық қасиеттерінің ерекшелігі және саяси әлеуметтенудегі бөлінбес бөлшектердің бірі саяси мәдениет пен саяси құндылықтар, гуманистік ұстанымдар тәрізді жеке тұлғалардың саяси әлеуметтенудің факторлар мәні айрықша екені анық. Бұл ретте Қазақстандық ғалымдар: - Р.Б. Абсаттаров, Т.С. Садықов, С.М. Борбасов, Т.С. Сарсенбаев, Романова Н.В және т.б. [1] білім беру саясаты, саяси мәдениеттің деңгейі мен даму болашағы, саяси сана

сияқты демократиялық қоғамның ерекшелігі және рухани құндылықтар жүйесінің мәселелер мәнін ашып көрсетуге қомақты үлес қосып отырғанын атап өткен жөн.

Зерттеудің әдіснамалық негізі. Жүйелік талдау әдістері болып табылады. Әрине, оларды жалпылау әдісі және зерттелетін объектінің өзіндік ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік беретін салыстырмалы әдіс толықтырады. Зерттеу барысында автор талдау әдісін жиі қолданған.

Талқылау. Жастар мәдениетінің өзіндік тарихи тамыры бар. Бұл тарихи жетілген алғышарттардың арқасында оның қалыптасуына және шындыққа айналуына ықпал еткен әлеуметтік, мәдени, саяси процестер бар. Жастар мәдениетін мәдени-тарихи құбылыс ретінде қалыптастырудың алғышарттары мен себептерін анықтау үшін оның қалыптасуы мен дамуы барысында белгілі бір кезеңде оны мәдениеттің белгілі бір түріне айналдыруға ықпал еткен БАҚ жиынтығын бөліп көрсету қажет.

Бастапқыда жастар мәдениеті ата-баба мәдениетінің мағыналары мен бейнелерін сіңіре отырып, әртүрлі факторлардың анықтаушы әсеріне ұшыраған гетерогенді құндылықтарды біріктіретін жас бірлестігі ретінде дамыды. Жастар мәдениеті қалыптасқан дәстүрлердің үрдісінде дамыды.

Әлеуметтік желілер мен мессенджерлердің жаңалықтарды ақпараттандыру мен таратудағы рөлі азаматтарды ақпараттандырудағы әртүрлі медиа пропорцияларындағы жалпы контекстті қарастыра отырып, біз жаңа коммуникативті ортаның әртүрлі жалпы индикаторларына назар аударамыз ең алдымен: медиа қызметі үшін осы ортаның жай-күйі биліктің, бизнестің, саяси және қоғамдық ұйымдардың медиа жұмысына әсер ету әлеуеті; аудиторияның ақпараттандыру арналарына қол жетімділігі; ақпаратқа сұраныстардың сапасы мен саны; нақты медиа және медиа мазмұнның ағымдағы жағдайы. Мемлекет патриоттық сезімді нығайту мен кеңейтуге тікелей және жанама үгіт-насихат, БАҚ, мектеп тәрбиесі арқылы өз үлесін қосады.

Көптеген саясаткерлер өз мақсатына жету үшін БАҚ арқылы психологиялық ықпалды өз қарсылас-тарына әртүрлі әдіс-тәсілдері арқылы жүзеге асуға тырысады. Саясатта қарсыласын кемісту үшін барлық әдістер қолданылады. Соның бірі арзан технологиялар арқылы оның бұрынғы өміріндегі жасаған кемшіліктері, жанұялық жағдайы және т.б. мәселелерден үлкен даулы мәселелер құрастырып, соның арқасында жеңіске жетіп жатқан мәселелер де бар. Бұны қазіргі тілмен айтқанда «қара пиар» деген терминмен саясат терминологиясына енді. Саяси жарнаманы саясаткерлермен билік басындағылар көп қолданылады. Өз «имиджін» немесе беделін, даңқын көрсету үшін әртістер мен киноактерлерде көптеп жүгінуде.

Республикамызда таралып отырған газеттердің ішінде шолу жасайтын болсақ, көп газеттерде оның ішінде мемлекеттік газеттерде жаңашылдық, жаңа көзқарастар бар. Шолудың ішінде «Жас Алаш», «Түркістан» газеттері сыни көзқарастарымен оқырмандарына танымал. Осы газеттерде әртүрлі көзқарас-тар мен пікірлер жарияланады. Жарияланған мақалаларда Ізденіс, журналистік зерттеулер бар. Бұл қуантарлық жағдай. «Жас Алаш» газетінде сонымен қатар әртүрлі қосымшалары бар. Олардың ішінде жастарға арналған бөлімі «Студент» деген атқа ие. Бұл қосымшада студенттердің проблемаларын, олардың рухани өмірмен қатар тұрмыстық мәселелері туралы мақалалар көптеп жарық көреді. Сонымен қатар қосымшаның ішінде жас ақындар мен композиторлар және әр түрлі тақырыпта қалам сілтеп жүрген қаламгерлерге арналған беттер бар. Бұл өз негізінде олардың өнер сахнасында шыңдалуына өзіндік әсері болады. Оларға сонымен қатар қалам сілтеуге көптеген жағдай жасалған. Осында сонымен бірге әдеби шығарма мен өлеңдерге сын айту, мәселесі маман дәрежесіне деңгейінде көрініс тапқан. Тек мәдени емес, ұлттық тақырыптағы да мақалалар жарық көріп тұрады. Оның ішінде ұлттық рух, мәдениет, қазақ тілі мәселесі және қазіргі заманауи үрдістерге байланысты кеңестер айтылады. Қыз бен жігіттің қарым-қатынасы, тәрбие мәселесі де жазылып жүреді. Қазіргі жастарда таңдау өте көп. Олай деген себебіміз. БАҚ, оның ішінде телевизия үлкен орында тұр. Теледидар ақпараттар ағымының негізгісі және адамды қоғамдық кезқарасқа, қандай да болсын оқиғаға жетелейтін құрал. Қоғамның үдере дамуының негізгі факторларының бірі бұл білім мен техниканың дамуы. Білім мен техника ХХІ ғасырда негізгі құндылықтарына айналды. Білімсіз, техника құралдарын жетік меңгермеген елдің болашағы жоқ екеніне еліміздің баспасөз беттерінде көп айтылып жүр.

XX ғасырдың 90 жылдарынан бастап әртүрлі бағыттағы бағдарламалар түрлері көбейіп кетті. Қазақша арналардан қоғамды толғандырып жүрген әртүрлі саяси-әлеуметтік бағдарламалары бары қуан-тады. Бірақ, арналардың бір проблемасы жаңа ғана халық көңілінен шығып келе жатқан бағдарламалар аз ғана уақыттың ішінде жабылып қалады. Олардың ішінде «күлтөбе», «Мың бір мақал», «төртеу түгел болса» және т.б. бағдарламаларды айтуға болады. Мәселен күлтөбе қоғамдық-саяси бағдарламасы өз қызметін түсініксіз себептермен тоқтатты. Бағдарлама өз негізінде тарихи, саяси тіпті философиялық проблемамен іспеттес келеді. Бағдарлама ауқымы өте кең, онда көптеген қазақ зиялылары, қоғам қайрат-керлері, саясаткерлер, мәдениет қызметкерлері, артистер т.б. мамандық иелері қатысады. Бағдарламаның басты мақсаты өткен тарихи істерді саралай отыра, бүгінгі саяси, мәдени

оқиғаларға баға беру. Оның зерттеу бағыттары өте көп. Тарихи, этнография, саясат, әлеуметтік қатынастар және шетелмен байланыс, мемлекеттік ішкі және сыртқы саясаты қамтылған. Бұл бағдарламада ұлттық рух, идеология және ұлтаралық қатынастар барлық тақырыптардың негізгі өзегіне айналған. Ғалымдар мен қоғам қайраткерлері өз ойларын ортаға салып, соны жан-жақты талқылау мәселесімен ерекшеленеді. Кейіннен осы бағдарлама көгілдір экраннан жоғалып кеткеніне біраз уақыттың шамасы болды. Сонымен бірге жастарды дәстүрді білуге тәрбиелейтін бағдарламаларды бірі бұл-«мың бір мақал». Бағдарлама нағыз ұлттық нақышта өтеді. Онда әртүрлі мақалдарды түп мағынасы және халық ауыз әдебиетінде таралу мәселелері қаралады. Қатысушыларға келетін болсақ, қатысушылар да қарапайым мектеп мұғалімдері, дәрігерлер және қызметтегі адамдар. Ал залдағы әділ-қазылар алқасының дені көбіне жастар, оның ішінде студенттер, оқушылар. Болашақта жас жеткіншектердің жетілуіне, оларды ұлттық сана-сезімінің қалыптасуына көп түрткі болады. Жүргізуші де қазақша еркін сөйлеп, өзінің ұлттық салт-дәстүрден хабардар екенін байқатады. Бағдарламаны қызықты өтуінің маңызды жағы да осында. Қазақстан арналарында патриоттық, ұлттық рухты көтеретін жастарға арналған бағдарламалар жоқтың қасы.

Жемқорлық проблемасын тек Қазақстанда ғана алаңдатып отырған жоқ, сонымен қатар дамыған ел-дерде де әлі күнге дейін шешімін таба алмай отырған мәселелердің бірі. Осы мәселеге жастар ат салысуы тиіс. Олай дейтініміз жоғарғы оқу орындарында жемқорлық өршіп тұр. Соған байланысты студенттер қауымдығы тарапынан «Парасыз сессия», «Студенттер жемқорлыққа қарсы» деген әртүрлі бұқаралық акциялар өтіп тұрады. Сонымен бірге әртүрлі сенім телефондары орнатылған. Сол арқылы студенттерден ақша, әртүрлі сыйлықтар алуды тоқтатуға ат салысуда. Осы акцияға байланысты әртүрлі брошюралар, кітапшалар мен плакаттар жасалып таратылды. Жемқорлықты тыя алмаса да, өзіндік септігін тигізді. Ақпарат құралдары қоғамға жат қылықтарды айқын әшкерелеп көрсетуі керек. Жоғары оқу орындарында өзіндік газеттер бар. Оларды көбіне студенттер басқарады. Бұл газеттердің редакторы, журналистері де, тілшілері де аталмыш жоғарғы оқу орындарының оқушылары. Газеттер жоғары оқу орнындағы әртүрлі мәселелерді көтереді. Оның ішінде әлеуметтік проблемалар, мәдени іс-шаралар, студенттердің тұрмыс-тық жағдайы және оларды шешу жолдары. Сонымен бірге сессия уақыты емтиханды қалай тапсыруға болатыны және бос уақыттарында қандай іспен айналысуы керек деген сияқты проблемалар талқылана-ды. Газет немесе журнал беттерінде ойын-сауық бөлімдері, әртүрлі студенттер өміріне байланысты сықақ әңгімелер және т.б. мақалалар жарық көреді. Осындай қызық газеттер мен журналдар шығаруға мұрын-дық болатын жоғары оқу орын басшылығы және журналистика мамандығы бойынша оқитын студенттер. Бұндай газет пен журналдар мазмұнында кәсіби сауатты жазылған жастар саясаты мен қазірі таңдағы журналистиканың жобасы негізінде мақалалар оқуға болады. Тағы бір айтатын қуантарлық жағдай бұндай газеттер мен журналдар екі тілде де шығады. Бұл ақпарат құралдары саяси оқиғаларға аса беттей қоймайды. Олар тек ойын-сауық, әзіл сияқты мәселелерге бағытталған. Жоғары оқу орындарындағы ақпарат құралдарының ішінде кең өріс алып отырған радио мен телевизия. Кейбір жоғары оқу орында-рында өз арналары бар, олар әртүрлі бағдарламалар жасауда, бағдарламалар-дың студенттік өмір, тұр-мыстық жағдай, жатахана мәселесі, студенттердің әл-ауқаты. Нашақорлық, маскүнемдікке салыну және т.б. кесапаттардан сақтану жолдары. Мода, студенттердің қол өнері, әртүрлі мәдени шаралар. Осындай іс-шараларды өткізу барысы жайлы бейнекөріністер түсіріліп көрсетіледі. Студенттер радиотолқындарына тоқталатын босақ, онда көбіне музыка және құттықтаулар. Бұндай ақпарат құралдары көңіл көтеру мәселесін өздеріне айқындап алған. Бір жағынан ол дұрыс та шығар, себебі үзіліс уақытында ғана маңызды. Ал газет, журналдар мәселесі басқаша, бұл кейбір жоғарғы оқу орындарында апталық болып шығып жатқан жағдайлары бар. Студенттердің баспасөз беттерінде патриоттық сезім мәселесіне көңіл бөлінбейді деп айту қиын, бөлінеді бірақ үстірт аз мөлшерде, осы мәселелер туралы мақалалар аз, өзіндік рухани, ұлттық сана-сезімді оятуға деңгейі жетпей отыр. Саяси әлеуметтік жағдайды реттейтін және өз ықпалын тигізетін бұл БАҚ екенін заманның өзі көрсетіп отыр. Қазақстанда жаңадан көптеген ақпарат құралдар қаптап кеткені мәлім. Олардың ішінде отандық ақпарат құралдарынан басқа шетелдік ақпарат құралдары бар. Олардың ішінде Кеңес үкіметі кезінде қалыптасқан «Азат-Свобода», «Голос Америки» сонымен бірге «Рейтер», «Франс -пресс», «БИ-БИ-СИ», «Синьхуа», «Ассошэйтед пресс» т.б.

Қазақстанда жастар баспасөзі мен басқа да ақпарат көздері қарқынды дамып келе жатыр. Дей тұрғанымызбен әлі күнге дейін жастарда өзіндік таңдау қалыптаспаған. Олар тек шет ел оның ішінде көбінесе Ресей ақпарат құралдарын ғана көріп, естиді. Аймақтық телеарналар жастар мәселесі жайлы жұмыс істеп жатқан жағдайы бар. Мәселен Қарағанды телевизиясында қоғамдық, саяси және әлеуметтік бағыттағы бағдарлама осының көрінісі. Қатысушылардың дені көбіне жастар, тақырыптары да әртүрлі. Бағдарламаның мақсаты да айқын, яғни қазақ балаларымен жастарды қоғамдық шапшаң өзгерістерде өзін-өзі таба білу, патриоттық сезімін ояту. Ұлттық салт-дәстүр деңгейінде жастарға тәрбие беру.

Студенттер мен оқытушылар, зиялы қауым өкілдері де бұл бағдарламаға қатысып өз ойларын ортаға салады. Бірнеше жылдың ішінде тұрақты көрермендері қалыптасты. Оның көрермендерінің ішінде қарт адамдар, орта буын өкілдері және жастар да бар. Жүргізуші де өз жұмысының кәсіби маманы болуы себебінен және қоғамда әртүрлі сұранысқа осы мәселелерге ие болғандықтан бағдарлама қызықты өтеді.

«Қазақстан 1» де жаңа тақырыптарда ой-толғамдарын айтқан қыз-келіншектерге және отбасының өзекті мәселелері туралы сөз қозғайтын «Ақ жүніс» бағдарламасы болды. «Ақжүніс» бағдарламасы дәстүрімізді, әдет-ғұрпымызды сақтауға өз септігін тигізді деп ойлаймын. Онда сарапшылар ретінде үлкен ата-аналарымыз, әжелеріміз қатысады, сонымен қатар көрермендерде өз ой-тұжырымдарын ортаға салады. Соның арқасында әртүрлі өмірдегі кезігетін, жағдайларға төтеп беру, кешірімді болу, салмақты болуға шақырады. Бұндай бағдарламалардың тәрбиелік маңызы зор. Қазіргі таңда бұл бағдарлама әртүрлі себептерге байланысты жұмыс жасамайды. Жастардың ойын-сауық бағдарламалары көптеп көрінуде соның кейбіреулеріне тоқталатын болсақ, мысалы, КТК арнасындағы «Қызық радиосы» онда жастардың болған қызықты оқиғалар баяндалады. Және күлкі шақырады. «Қызық радиосы» бағдарламасы ішінде қазақша білмейтіндерді келеке ететін бағдарламалар бар. Олар қазақша мен орысшаны араластырып сөйлеудің біздің қазіргі қоғамымыздағы қазақ тілінің проблемасы жайлы айтады. Бұқаралық ақпарат құралдарының халықты қамтуына тоқталатын болсақ былай деп жіктеуге болады. Бұқаралық ақпарат құралдарының ішінде республика аумағына тарау - 2%, қалаға 2% аймақтарға - 14%, ҚР және басқа елдерге - 1% және аудандарға - 2,5% артқан.

Телевизиялық және республикалық арналардағы бағдарламалар мен халықты қамтуын былай көрсетуге болады. «Хабар» - 92,0%; «Қазақстан» - 93,05%; «Ел арна» - 62%; «Первый канал Евразия» - 78,6%; «Казахское радио» - 80,17%;

Мелекеттік емес телеарналар мен радиотолқындардың тұрақты аудиториясы: «31 канал» - 10,0млн. адам; «КТК» - 10,5 млн. адам; «НТК» - 10,0 млн. адам; «Рахат» - 2,8 млн. адам; «Русское радио - Азия» - 5,3млн адам; «Европа плюс Казахстан» - 5,2 млн адам; «N8 - радио» - 2,6 млн. адам [2, с.110].

XXI басында телевизия, радио бағдарламалар, әртүрлі ақпарат құралдарындағы интернеттегі сайттар, электронды үкімет басқа да құралдар арқылы Қазақстан ақпараттық ағымдар рыногы қарқынды дамуда. Оның басты себептерінің бірі бұл - нарықтық қатынас, нарықтық қатынастардың қоғамға үлкен рөл атқару себебінен өздерінің тұрақты оқырмандарымен көрермендері, сонымен қатар тыңдаушылары бар. Радиостанцияларға келетін болсақ Қазақстан аумағында шетелдік, отандық көптеген радиостанциялар бар. Радионың тиімділігі жұмыста болсын, сыртта жүріп та әртүрлі хабарлармен жаңалықтарды ести аласың. Еліміздегі радиостанциялар басым көпшілігі жастарға арналған, оның ішінде музыкалық бағыты басым. Радиостанцияларға тындайтындар да көпшілігі жастар, жаңа технологиялардың дамуына байла-нысты қоғамдық көліктерде жоғарғы оқу орындарының ішінде де құлаққа тағылған радиоқабылдағыш-тарды киген жасөспірімдер мен жастарды кәруге болады. Радиостанциялар күнделікті өмір сүруге керекті құрылғыға айналды. Ол тек жастардың ғана емес, сонымен бірге қоғамның барлық мүшелері де толықтай, күнделікті ақпараттарды солардан алады.

Бұл радиостанцияларда саяси, қоғамдық сұрақтар туралы арнайы бағдарламалар өте аз. Кейіннен діни тәрбиеге байланысты радиостанцияларда әртүрлі бағдарламалар бар. Ислам, Христиан діндеріне байланысты уағыздар жүреді. Осы бағдарламалардың тұрақты тыңдаушылары қалыптасқан. Радиостанцияларда бір мамандық иелеріне арналған бағдарламалар бар. Мәселен «N8» радиостанциясында «Зеленая улица» деген бағдарлама көбіне қоғамдық көліктер мен алыс және жақын бағыттарда ауыр жүк машиналары жүргізетін жүргізушілерге арналған. Бұл радиостанцияларды көбіне телевизияның манипуляциясы сияқты нәрселер жоқтың қасы. Қазақ тілі әуе толқындары да кенжелеп қалған көрініс көпті алаңдатып отыр. Күндіз орыс тілді бағдарламалар қойылады да, түнде қазақша бағдарламалар мен концерттер тыңдауға қойылады. Бұл тек радиостанциялардың көрінісі ғана емес, ол басым көпшілігі ақпарат құралдарының көрінісі болып отыр. «Қазақ радиосы» және бірнеше қазақша радиостанциялар ғана бағдарламаларын мемлекеттік тілде жүргізіп отыр. Қазақша өлеңдер, күйлер, әртүрлі ұлы тұлғалар жайлы бағдарламалар аса көп емес әр жерінде батырлар жыры мен ертегілер де айтылады. Біздің ойымызша ұлттық менталитетті қалыптасуға қазақша, ертеден келе жатқан радиостанциялар өте көп көмегін тигізеді. Қазақша радиостанцияларда көбіне ұлттық салт-дәстүрлерді және әдет-ғұрыпты насихаттайды. Жастарға арналған елімізде радиостанциялар жоқтың қасы. Ал қазақша әуе толқындары радиостанцияда осының кебін киіп отыр.

Қазақстанда ақпарат құралдарының потенциалы өте үлкен. Соңғы жылдары «электронды үкімет» мәселесі өзі шешімін тауып жатыр. Көптеген мемлекет құрлымдарында оның ішінде үкімет, парламент, басқа да құзыретті органдар өздерінің интернет торкөздерінде сайттары бар. Бұл дәстүрлі БАҚ-тың орнына заманауи технологиялардың келгенінің бір көрінісі. Бұқаралық ақпарат құралдарының ішінде

классикалық түрінен, интернетке жастар көп келеді. Сондықтан интернеттен саяси және басқадай ақпараттардың оқуға жастар көп жүгінеді. Ол өз кезегінде интернеттің және т.б. заманауи технологиялардың елімізде кең ауқымды дамып жатқанның көрінісі

Қазіргі ақпарат құралдарына ұлттық рух, ұлттық ұстанымдармен құндылықтар әлі де жетпей отыр. Көп ақпарат құралдары күнделікті күйбің тіршілікпен сипаттаудан немесе өсек, дәлелденбеген ақпараттанудан аса алмай отыр. Кейбір жағдайда жоғарғы топ өкілдерінің тапсырмасы орындалды. Газет журналдардан ұлттық мүдде немесе ұстаным мәселесі жөнінен «Жас Алаш», «Ана тілі» «Қазақ әдебиеті», «Түркістан» сияқты газеттерді алуға болады. Ал журналдар ішінен «Ақиқат», «Мысль», «Алаш айнасы», «Парасат» т.б. Бұл баспасөз құралдарының ішіндегі ұлттық-танымдық мәселелері көтеретін журналдардың көшбасшылары. Біздің ойымызша барлық бұқаралық ақпарат құралдарында мейлі ол мемлекеттік, мемлекеттік емес болсын онда патриоттық мәселелерді көтеретін бағдарламалар болуы тиіс. Себебі идеологияның өзінің кең тарауына, насихаттайтын құралдар қажет. Сол себепті ақпарат құралдарды ұлттық сана-сезімді уағыздауға шақыру керек. Елімізде көптеген медиафорумдар өтіп тұрады. Ақпарат құралдардың арасында әскери тақырыпқа сөз қозғайтын бағдарламалар өте аз. Көбіне мемлекеттік арналарда мәселен, «Сарбаз», «Әскер» т.б. бұл бағдарламалар негізінен отанға қызмет етуге дайындау керек. Сондықтан осындай мағынасы жағынан елімізді сүйеге әкелетін бағдарламалар болғаны нұр үстіне нұр болар еді. Жастардың демократиялық жолмен дамуында көп негізгі мәселелерді ескеруіміз қажет, соларды мемлекеттік идеологиямен пара-пар келетіні бұл дін мәселесі. Дінді біз қарастырғанымызда бірінші тарихқа сүйенуіміз керек.

Қазақстандық отаншылдықты қалыптастыру мен дамытудың технологиясы – мемлекет халқын отаншылдыққа тәрбиелеу міндетін шешудің құралдары, тәсілдері мен әдістерінің жүйесі, оны қалыптастырып, одан әрі дамытудың кешенді әдіс-тәсілдері. Мұндай саяси технологияның түрі мемлекеттегі этникааралық қатынастарды реттеу мен мәдени плюрализм қалыптастыру арқылы ұлттаралық татулық пен қоғамдық келісімге қол жеткізіп, оны демократиялық-институционалды тетіктер арқылы нығайту; ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету арқылы ұлттаралық татулық пен қоғамдық келісімді бұзушы ықтимал қауіп-қатерлер: түрлі түсініспеушіліктер, дағдарыстар мен жанжалдардың алдын алу; қазақстандық патриотизммен суарылған жалпыазаматтық психология қалыптастыру арқылы бірліктегі көптүрлілік принципіне сай көпұлтты мемлекет халқын дамудың ортақ мақсатына топтастыруға қызмет етеді.

1) отаншылдық үшін қажет рухани сапаларды жандандыру, бұл тұрғыда саяси партиялар, үкіметтік емес ұйымдар, БАҚ біріккен іс-қимыл жасауы тиіс;

Қазақстандық отаншылдыққа тәрбиелеудің негізгі бағыттарының бірі – азаматтық саяси мәдениетті қалыптастыру болуы тиіс. Азаматтық саяси мәдениет түрлі әлеуметтік-саяси күштердің өзара түсіністігін, қоғамдық келісін білдіреді. Ал азаматтық саяси мәдениет өз кезегінде азаматтық білім беру мен тәлім-тәрбие арқылы түзіледі. Сол сияқты азаматтылық пен отаншылдықты насихаттау ісінде БАҚ рөлі ерекше. Бірақ бұл мәселені біз арнайы тарауша етіп қарастырғалы отырғандықтан, бұл жерде терең тоқталмауды жөн көріп отырмыз.

Отаншылдыққа тәрбиелеудегі негізгі бағыттардың бірі – Қазақстан халқын біртұтас саяси қауымдастық ретінде қалыптастыру. Әрине, көпұлтты құрамы бар қауымдастықты біртұтастыққа айналдыру саяси мифке жақын сияқты көрінуі де мүмкін, алайда біртұтастық қана саяси қауымдастық үшін тұрақтылық пен қоғамдық келісімге жетудің кепілі болып табылады.

Өйткені кез келген саяси қауымдастық өзінің табиғаты бойынша бір текті емес, ол ішкі қайшылықты, жанжалдық алғышарты бар болып келеді. Қауымдастықтың өмір сүруі осы қайшылықтарды үйлестіріп, плюрализм арқылы консенсус пен консолидацияға жетуге тікелей тәуелді.

Бүгінгі таңдағы нарықтық қатынастар пайда табу мен тұтынушылық идеологиясымен қатар бәсекелестікті, оның ізін ала жұмыссыздықты күшейтті. Адамдар эгоизмге бас ұрып, этносаяси қауымдастыққа бірігуден гөрі бұқаралық қоғамға қарай бет алғандай әсер туғызады. Бұқара (масса) – “бұл өз туған аймақтарынан жұмыс пен бақыт іздеп кеткен, сөйтіп ірі қалаларға шоғырланған адамдардан тұрады. Оларда әдетте тарихи қалыптасқан әлеуметтік және туысқандық байланыстар әлсіреген, дәстүрлі моральдық-адамгершілік құндылықтар мен қоғам алдындағы жауапкершілік пен борыш сезімдерін қалыптастыратын өзге де факторлар бұзылған әрі өзгерген” [3].

Қазақстандық ғалым Ғ. Есім бүгінде адамзат қауымы ақпараттық қоғам деңгейіне шыққанын айта келе, ол ұлттық немесе белгілі бір мемлекет шекарасында ғана көрінетін қоғам емес, ол әлемдік құбылыс деп тұжырымдайды: “қазіргі интернет заманында ақпараттық қоғамның шекарасы мемлекеттік шекаралармен анықталмақ емес, әлемдік деңгейде ақпарат көздерін пайдалану, нақтылы ақпарат алу бүгінде әркімнің үлесіндегі іс. Ақпараттық қоғам дегенде менің

айтпағым, одан алына-тын ақпарат, яғни білім, бірақ мәселе білімнің сапасында... Білімді де тауар сияқты ел ішіне тарату үшін насихаттауға болады, егер мақтауы жетсе оны әркім қабылдай бастамақ... Сондықтан білім ізгілікті болмаса, ол жан азығы болмай, керісінше оған залалын тигізбек. Залалды білім адам баласына, оның өміріне ғана емес, тәрбие ісіне, адамдармен қарым-қатынасына қауіпті” [4].

БАҚ-ның отаншылдықты қалыптастыруға ықпалын зерттеп жүрген отандық әріптесіміз Кенжалин Ж.О. былай деп тұжырым жасайды: “XX ғасырдың соңғы он жылдығында Алаш әлеуметінің және қазақстандық патриотизмнің мінбері болсам деген басылымдардың, әсіресе, қазақ баспасөзінің күнбе-күнгі ізденісінің өзегіне айналды. Замана рухына сай, жаңа дәуір талаптарына орай дәстүрлі басылымдар өз атауларын өзгертіп қана қоймай, жаңа патриоттық мазмұнмен, тың тұрпатпен, соны ұранмен оқырмандарына үн қатты. Тәуелсіздік толғауының төл перзентіндей болып отаншылдық рухын бойына сіңірген республикалық "Халық кеңесі", "Ана тілі", "Түркістан", "Халық конгресі", "Азия", "Мәдениет", "Жас қазақ", "Өркен" сияқты газеттер дүниеге келді.

Бұлардың бәрінің атауларын өзгерткен бұрынғы басылымдардың да, жаңадан тұсау кескен жаңа басылымдардың да мақсат-мұраты біреу еді. Ол - ел егемендігінің еңселі болуына, Тәуелсіздік атты ұғымның тамыры терең тартуына және қазақстандық патриотизмнің қалыптасуына барынша үлес қосу” [5]. Бұл дегеніміз - ұлттық және жалпықазақстандық намысты ояту мәселесіне келгенде БАҚ, оның ішінде қазақ газеттері қоғам рухына сай, демократиялық өзгерістерге орай жаңаша патриоттық мазмұнмен, жаңаша пішінмен өз оқырмандарының рухани азығына айналып отыр деген сөз. Баспасөз демократиялық даму жылдарында шын мәнінде "төртінші билік" иесі атанды және ол қазақстандық патриотизмді қалыптастыруда лайықты орын алды.

Қазақстан Республикасының сыртқы саяси қатынастар жүйесі мен баспасөздің өзара әрекеттесуі арқылы патриоттық тәрбие беру: Қазақстанның геосаяси мүдделерін, көп векторлы сыртқы саясатын, бейбітшіл ұстанымын, ядролық қарудан өз еркімен бас тартуын т.б. жағымды сыртқы саяси қадамдарын насихаттап, қазақстандықтардың өз еліне деген мақтаныш сезімін дамыту [6].

Алайда бұқаралық ақпарат құралдары тек баспасөзбен ғана шектелмейтіні белгілі. Еліміздің Конституциясының 18-бабында: "Мемлекеттік органдар, қоғамдық бірлестіктер, лауазымды адамдар және бұқаралық ақпарат құралдары әрбір азаматқа өзінің құқықтары мен мүдделеріне қатысты құжаттармен, шешімдермен және ақпарат көздерімен танысу мүмкіндігін қамтамасыз етуге міндетті" деп көрсетіліп, [7], Қазақстан Республикасының "Бұқаралық ақпарат құралдары туралы" заңында мерзімді баспасөз басылымы, радио және теледидар бағдарламасы, киноқұжаттама, дыбысбейне жазбасы және бұқаралық ақпаратты мерзімді немесе үздіксіз жария таратудың басқа да нысаны болып табылатыны айқындалған [8]. Ал биыл ҚР Ақпараттандыру және байланыс агенттігі интернет желісін де бұқаралық ақпарат құралдарының қатарына енгізу туралы бастама жасап, "Бұқаралық ақпарат құралдары туралы" заңға тиісінше өзгерту енгізуге ұсыныс жасады.

Қазақстандық саясаттанушы ретіндегі біздің ұстанымымыз айқын: бұқаралық ақпарат құралдарында полиэтникалық Қазақстан халқының салт-дәстүрлерін насихаттау арқылы патриоттық тәрбие беру ісінде біз ақпарат құралдарының барлық түрін – баспасөз, теледидар, радио, интернет және ақпарат таратудың өзге де құралдарын кешенді қолдануымыз қажет. Жастарды саяси-әлеуметтік белсенділікке тартуда, тәрбиелеуде ақпарат құралдарының мүмкіншілігі мол.

Негізінен алғанда, Қазақстан өз тәуелсіздігін жариялаған сәттен бері бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікір қалыптастырудың қуатты қаруына айналып келе жатқанын айта кеткен жөн. Бүгінгі күні республикамызда 2116 газет, журнал, соның ішінде жүзге тарта теле-радио арналар тіркелген. Бұл басылымдардың қай тілде жарияланатынын қарастырар болсақ, қазақ тілінде 256 басылым, орыс тілінде 470, екі тілде бірдей 40 басылым жарық көреді және барша теле-радио хабарлар таратылады [9]. Электронды бұқаралық ақпарат құралдарында да орыс тіліндегі көрсетілімдер анағұрлым көп. Тағы бір “әттеген-ай” дейтін мәселе - қазақстандық БАҚ-ның 80 % тәуелсіз, жеке меншіктегі нысандар екенін ескерсек, нарықтық экономиканың талаптарына байланысты олардың бірқатары отаншылдыққа тәрбиелейтін хабарларды таратқаннан гөрі, өздерін қаржымен қамтамасыз ететін демеушілерінің саяси және әлеуметтік тапсырыстарын орындауға көбірек көңіл бөлетіні баршамызға мәлім. Сондықтан мемлекеттігімізбен тағдырлас мәселеде билік пен БАҚ арасында өзара келісім-шарт жасалуы тиіс: Қазақстанда шығатын қандай ақпарат тарату құралы болмасын өзінің меншік түріне қарамастан міндетті түрде қазақстандық отаншылдық пен мемлекеттік тілді дамытуды насихаттауға барынша үлес қосулары керек. Яғни, қазақстандық БАҚ отанымыз - Қазақстанның саяси тұрақтылығы сақталуына, ұлтаралық татулық пен отаншылдықтың дамуына, мемлекеттік саясаттың жүзеге асуына атсалысып, еліміздің болашағына деген жауапкершілігін сезінулері тиіс. Бір сөзбен айтсақ, отандық БАҚ отаншыл болуы қажет.

Міндетті түрде айта кетерлік жайт, БАҚ-тың ең басты мақсатының бірі - жастарды саясатқа жаппай тарту болып табылады. Өйткені БАҚ өте қысқа уақыт аралығында барынша көп адамдарға ықпал жасауға қабілетті. БАҚ - әлеуметтенудің тандаулы әрі ең төте жолы. Көптеген зерттеушілер оны саяси модернизацияның шешуші факторы деп санайды. Себебі БАҚ саяси үгіт-насихат, жарнама, қоғамдық пікір тудыру және т.б. іс-шараларды жүргізу арқылы адамдар санасын өзгертуге, бағыттауға, бейімдеуге, басқаруға қабілетті. Яғни, “миллиондаған адамдар белгілі бір газетті оқып, бір хабарды көріп және тыңдап, бір эмоцияға берілсе, оларда табиғи туыстық, бірлік пен ұжымдық жұмылу сезімдері қалыптасады. Олар өздерін біртұтас организм ретінде сезініп, барша проблемаларын шешуге қабілетті санайды. Әсіресе тарихтың дағдарысты және төңкеріске толы кезеңдерінде БАҚ халыққа әсері бірнеше есе артып, шексіз болып кетеді. Мұндай кезеңдерде халық тығыз бірліктің, ынтымақтастықтың қажеттілігіне өте қатты зәру болады” [10]. Осы саяси ақпараттарды санаға сіңуін негізге ала отырып, БАҚ арнайы және арнайы емес құрал ретінде көрініс табады. Бұл саяси және әлеуметтік мәселелер төңірегінде ғана емес, сонымен бірге мәдениет мәселесі, ұлттар мен этностардың өзекті мәселелерін қамтиды. Ақпарат құралдарында мәдениет мәселесі бұқаралық мәдениеттің пайда болуы мен дамуына әкеп соққаны белгілі. елімізде де ақпарат құралдарының маңыздылығын және саяси мәдениет пен азаматтық қоғамды қалыптастыруда рөлі үлкен, оның ішінде саяси трансформацияға бағыт алған, модернизация жолына түскен елдерге ақпараттардың дұрыс болуы басты негіздердің бірі екенін айта кетуіміз керек. Коммунистік кезеңде ғана бұқаралық ақпарат құралдары идеологиялық құрал ретінде пайдаланылды, соның негізінде БАҚ «мемлекетке жақын болды, ал қазіргі уақытта нарыққа жақындай бастады» [11]. Қазіргі таңдағы ақпарат құралдары мемлекет пен қоғамның құрамдас бір бөлігі ретінде саясаттың, саяси технологиялар және ақпарат құралдарының әсерінсіз жүзеге асуы қоғамда мүмкін емес. «Масс- Медиа» құралдары ақпараттандыру тұтынушылар үшін олардың көңілінен шығу мақсатымен әр түрлі құйтырқы әрекеттерге бару әдістері көп кездеседі.

Соның ішінде болмашы заттан жаңалық жасау немесе үлкен оқиғалардың кәленкесінде қоғамдық маңызды мәселелер сырт қалып қоюы мүмкін.

Қоғамдық санаға БАҚ-тың ықпалы тұлғаның рухани әлеміне де әсер етеді, басқаша айтсақ; «ақпараттың базис» құрайды [12] Ақпарат құралдарының мәдениетті құрушы қызметі қазіргі таңда маңызды болып отыр. Себебі: «Масс- Медианың» кең ауқымды немесе қарапайым оқиғаларды айтудан басталып, аудиторияның саяси сеніміне, мәдени құндылықтарына әсер етумен қатар, жастардың іс-қимылына да өзіндік терең ықпал жасайды.

Қазақстанда соңғы кезеңде жастар жағынан көптеген өзгерістер байқалады, елімізде мемлекеттің жастар саясатын іске асыруда 15-30 жас аралығындағы азаматтарды қамтиды [13]. Бұл буын өкілдері қоғамда әлі де болса орнықты қалыптаса қоймаған әлеуметтік топ болып саналады. Оларға болашақта өзін-өзі көрсету, өмірде жетістіктерге жету басты мәселе болып табылады. Осы уақыт аралығында жастардың санасы тез қабылдағыш және жаман қылықтарға, діни радикалды идеологияны тез қабылдап бас ұратыны белгілі. Сондықтан осыны болдырмау үшін жастар тәрбиесіне тек саяси мақсаты күмәнді ұйымдардан аулақ ұстау үшін, мемлекет әртүрлі жастардың саяси бағыттағы ұйымдарын, сонымен қатар экологиялық қоғамдық қозғалыстарға да ат салысуға жұмылдыру керек. Қазіргі таңда Қазақстан қалаларында көптеген ірілі-ұсақты жастар бірлестіктері мен ұйымдары құрылды: Өскемен, Алматы, Петропавловск, Қостанай, Қарағанды, Астана, Тараз, Шымкент, Павлодарда өз орталықтары бар. 1999 ж. халық санасы бойынша Қазақстан Республикасында 4,38 млн. жас азамат тұрады. Жалпы халық санымен шаққанда 43,3 % құрайды [14].

Әділет министрлігінің мағлұматы бойынша Қазақстан Республикасында 150 ден астам жастар ұйымдары бар, олардың жетеуі республикалық статусқа ие [15] Барлық аймақтарда жастардың ұсақ ұйымдасқан топтары қызмет жасауда. Әрине бұны саяси бірлестіктермен салыстыруға болмайды. Олар модамен, көше мәдениетімен байланысты. Бұл топтар ішіне кіретін роккерлер, хиппилар, драйверлар және бір жынысты, дәстүрлі емес (кызтекелер ұйымы) топтар да кезігеді.

Жастар қоғамдық қатынастарды өз қызығушылықтарымен әртүрлі ұйымдармен бірлестіктерге бірігуде, оның ішінде: экологиялық, мәдени- тарихтық, ұлттық мүддеде, қазақ тілі, саяси, құқықтық, шығармашылық т.б. бар. Осылардың ішіндегі негізгілерін айтатын болсақ олар «Қазақстанның болашағы үшін» атты жастар ұйымы қоғамдық жұмыстарға белсене араласып, әртүрлі шаралар өткізіп тұрады. Олардың ішінде «Алпамыс мектепке барады», «Парасыз сессия», «Жастар зорлық пен қатыгездікке қарсы», «Шылым тартпа» т.б. оның ішіндегі ең ауқымдыларының бірі «Жасыл ел». Ол Қазақстанның табиғатына көмек ретінде көптеген қалаларға жас ағаштар егуде

Саяси санаға жас буындардың сабақтастығынан басқа әлеуметтанудағы жастар теориясында мынадай түсініктер құрайды: «ұрпақтар», «адамның жасына байланысты кластарға бөліну», «жастық шақ», «ер жету», «әлеуметтік қалыптасу», «кәрілік» және т.б [16].

Қазіргі таңда жас ұрпаққа қоғамдағы әлеуметтік қатынасты үйрете отырып, үлкен буын осы саяси белсенділікке тәрбиелеу керек. Ол тек оқытушылар мен БАҚ-тың қызметі ғана емес, сонымен қатар ата-ананың, қоғамдық ортаның да маңыздылығын ұмытпағанымыз жөн. Осы мәселені төңірегінде әңгіме өрбітетін болсақ, жаһандандудың туғызған элементтерінің бірі - «бұқаралық мәдениет» (массовая культура). Бұқаралық мәдениет ол қоғаммен қоғамның, адам мен адамның, мемлекет пен мемлекеттің арасындағы интеграциялық үрдіс кезінде пайда болғанын білеміз. Көңіл алдау. Бұқаралық мәдениеттің әрбір көрінісі адамдардың көңіліне медеу әкеліп, ләззат береді. Оның басты мақсаты «бұқаралық қоғамды» қызықтау мен қанағаттандыру [17].

Қоғамды осы апатқа әкелетін негізгі күш БАҚ дегенді айтады. Себебі, теледидардағы алапат апаттар мен мыңдаған адамның өліміне алып келетін соғыстар ауыстырылып кейбір кезде сабын мен шарап жарнамасына ауысады дегенді айтады [18]. Яғни, саясатпен байланысты әртүрлі мәселелер қоғамдық қатынаста жастардың саяси санасына, транзиттік қоғам мен жаһандану заманында басты тұғырнама Масс- Медиа құралдары екені анық. Бірақ та кейбір ойшылдардың айтуы бойынша оның ішінде зерттеуші Д.Белл бұқаралық мәдениет туралы былай дейді: «Кино, радио, телевизияның пайда болуы жыл апталық газет-журналдардан әртүрлі қалаларда сол күні, сол сәтте таралуы адамның еркін және өз-өзіне деген сенімін артуына көмектеседі» [18]. Осы тұжырымдар бойынша «бұқаралық мәдениет» қоғамға дұрыс ықпалын тигізеді және бұқаралық жаңа ақпараттық адамның пайда болуына әкеледі. Сонымен қатар адамдардың бір-бірі туралы бәрін білуі негізінде пайда болады. Бұқаралық жоғарғы мәдениеттің барлық салаларына еніп, оны іштей құлатпайды, керісінше оның толығып, әрі қарай дамуына әкеледі.

Қазіргі таңда бұқаралық мәдениет қоғам өмірінде елеулі орын иеленеді. Біз күнделікті өмірде «бұқаралық қоғамның» желісімен кездесеміз. Теледидардағы күнделікті жарнамалар, әртүрлі телевизия-лық шоулар, тағы басқа да бағдарламалар көрсетілуде. Бұл көрсетулер сана мен ойдың тұтас қалыпта-суына әкеледі. Сонымен қатар Іс-қимылдың белгілі бір жүйесін реттеуіне себепкер болады. Күнделікті жастар әртүрлі музыкалық әуендер тыңдайды, онда қарапайым ырғақпен тұрпайы сөздер жиынтығы ұйқастырылған. Сонымен бірге кітап дүкендеріндегі фантастика, детектив, әртүрлі әйелдер романдары қаптап кетті. Бұл кітаптар жастарға ешқандай да рухани азық бола қоймайтыны анық, көбіне коммерциялық пайда үшін және уақыт өткізуге арнауға болады. Қоғамдық үрдістер кезінде тағы бір мемлекетті жетелейтін және өтпелі кезеңде бұқаралық қатынастармен бірге дамитын бұл - саяси идеология. Мемлекеттік идеология бұл елдегі әлеуметтік қатынастарды дамытушы күш болып табылады. Идеологиясыз мемлекеттің өмір сүруі қиын.

Қазақстан жастары саяси жүйенің өзгеруімен қатар жаңа мәдени құндылықтарға бейімделуде, жас буын өз дүниетанымында, өмірлік көзқарастың субмәдениетке байланысты өзгерді.

Жастардың “субмәдениетін” қарастыру үшін біз біріншіден “мәдениет” пен “субмәдениеттің” анықтамаларына мән беруіміз шарт. Ресей ғалымы А. Григорьевтің ойы бойынша қазіргі отандық әдебиетте “мәдениет” терминіне мынандай анықтамалар бар:

- Адамның материалдық және рухани іс-қимылынан пайда болған әртүрлі әдіс-тәсілдер жиынтығы және ол пәндік, сонымен қатар материалдық заттар арқылы келесі ұрпаққа беріледі;

- Тарихи нақты қоғамда нормалар, құндылықтар және идеалдар жиынтығы әлеуметтік жоба қызметін атқарады [19].

Мемлекеттің басты міндеті еліміздегі жастардың әртүрлі шашыраңқы саяси мақсаттарын бір арнаға топтастыру болып табылады. Еліміздегі жастарға арналған конгрестер мен жиналыстардың мақсаты әртүрлі болу себебінен оларды негізгі идеологиялық ұстанымдарға итермелеу керек. Бұған негізінен саяси институттар ат салысуы орынды. Бірақ та азаматтық қоғамның әлі де болса құшағын кеңге жаю үстінде болуына байланысты, негізгі бастаушы күш мемлекеттің өзі болу керек. Бұл шаралар жастардың өтпелі кезеңде қоғамның саяси және әлеуметтік жүйесінің жетілуіне елеулі рөл атқару, сонымен бірге қазақ тіліне деген сүйіспеншілікті ұмытпауы шарт, өйткені тіл мәдениеттің, мемлекеттің басты нышандарының бірі. Қазіргі таңда тәуелсіздік алып, тереземіз басқа елдермен тең болған жағдайда ұлттық мүдде мен демократиялық саяси сенім астасып жату керек. Осы өзекті мәселе шеңберінде сөз қозғайтын болсақ,

Тарихымызбен дәстүрді білмей болашаққа тәрбиелі, ибалы ұл мен қызды тәрбиелеу өте қиынға түседі. Бұл бастамада басты мұрындық болатын БАҚ. Саяси сана мен көзқарасты қалыптастыратын саяси мәдениет және азаматтық қоғам. Саяси мәдениетке дәстүрдің ықпалын күшейтуіміз керек. БАҚ қазақи сананы, мәдениетті және менталитетті жаңғыртуға бірден бір құрал болып табылуы абзал. Осы тұрғыда профессор Ғалия Ыбыраева былай дейді: «Қоғам қандай болса, ондағы БАҚ сондай болады» [20]. БАҚ-тың өз бағдарламалары мен ақпараттарында ұлттық мәдениет пен сананы идеологиялық түрде таратуы - заман талабы.

Болашақта өзімізді білімді, ой-толғанысы жоғары ел ретінде көрсететін болсақ, онда ұлттық идеологияны, ұлтжандылықты жастар арасына кеңінен насихаттау — біздің келешек ұрпақ алдында

тұрған борышымыз. Жаһанданудан біз оқшауланып қала алмаймыз, бірақ-та осы үрдіс кезінде ұлттық келбетімізді сақтап қалу кезек күттірмес мәселелердің бірі. Ол үшін негізгі тұғырымыз болып табылатын тіл саясатына кең көлемді жастар арасында үгіт насихат жүргізу, дәстүрді жаңғырту. Біздің ойымызша идеологияны насихаттайтын бағдарламалар мен қатар деректі фильмдер мен кинолар болу керек. БАҚ-тың осы негізгі туындылары арқылы әлеуметтену үрдісі ұлттық кейіпте бағыт алады деген ойдамыз. Жастардың және БАҚ азаматтық белсенділігінің көрінісі әртүрлі факторлардың бастау алады. Олардың ішінде рухани құндылықтарға жататын мәдениетте, өнер де бар. Соңғы уақыттарды жастардың қоғамдық процестерге белсене араласуы мен саяси көзқарасы оның бір ұстанымға айналды. Жастардың осындай күшке айналуы -- заңды. Жастарды патриоттық бағытта тәрбиелеу бұл мемлекеттің құзыры ғана емес, сонымен қатар қоғамның да тікелей міндеті. Оның ішінде азаматтық қоғам институттары жастарсыз жүзеге аспайтындығы белгілі. Сондықтан БАҚ туралы заңға патриоттық және тәрбие мәселесі жөнінде тәулігіне қазақша 2.5 сағаттан тұратын әртүрлі бағдарламалар туралы өзгерістер енгізілуі керек. Кітапханаларда 30% кітаптары қазақ тілінде, оның 15% жастар мен балаларға арналған шығармалар болуы шарт. Сонда ғана ұлттық сана-сезіммен, ой- сананың өсіп жетілуі айқын көрінеді.

Нәтижесі: Қоғамымыздағы саяси мәдениет пен саяси институттар қалыптастырудағы жастар мен БАҚ-тың әлеуметтік рөлі және ұлттық идеяны, сана-сезімді оятудағы мемлекет ұстанып отырған ортақ идеологияның маңыздылығы мен өзектілігі талданады. Білім қазіргі заманның басты ресурсы ретінде қарастырылып, қазіргі жастар әлемдік интеллектуалдық бәсекеге төтеп беру мәселесінің басты бөлігі ретінде түсіндіріледі.

Қорытынды. Тәуелсіздік алғаннан бері отандық ақпарат құралдары ерекше қарқынмен дами бастағаны көңілімізге сенім ұялатады. БАҚ ішінде жастарды ұлтжандылыққа тәрбиелеуде көптеген мақалалар мен бағдарламаларды көруге болады. Көбіне қазақша мазмұнды бағдарламаларда ұлттық-мәдениет және тарихи мағынадағы мақалалар мен бағдарламаларды кездестіруге болады. Жастарды патриоттық тәрбиеге бағыттауда, біздің ойымызша баспасөз беттерінің рөлі ерекше, олай деп айту себебіміз; қазақша шығатын газет-журналдарың мәтіні негізінен ұлтжандылық мәселесіне келіп саяды, бірақ жастарға арналған баспасөз құралдары өте аз. Оның рөлін қазіргі таңда ересектерге арналған газет-журналдар алып отыр.

Пайдаланған әдебиеттер тізімі

1. Абсаттаров Р.Б., Садықов Т.С. *Воспитание культуры межнационального общения студентов: теория и практика.* - Алматы., 1999 - 211 с. Борбасов С.М. *Қазақстандағы ұлттық процестер және ұлт саясаты.* - Семей, 1995.; Сарсенбаев Т.С. *Ұлтаралық қарым-қатынастар саясаты мен мәдениеті.* - Алматы., 2000. - 88 б.; Романова Н.В. *Этнополитические процессы в Республике Казахстан.* - Алматы., 1998. – 168 с.
2. Нуртазина Р.А. *Современные массовые коммуникации в условиях глобализации. I-бөлім.* – 165 с.
3. Лебон Г. *Психология толп.* – Москва, 1999. – С. 126.
4. Есім Ф. *Ақме-қоғам болмысы // Егемен Қазақстан. 2009 жылғы 18 наурыз.* – Б. 4.
5. Кенжалин Ж.О. *Бұқаралық ақпарат құралдарының қазақстандық патриотизмді қалыптастырудағы рөлі. Саяси ғыл. канд. дисс. автореф.* – Алматы, 2004. - 28 б.
6. Пухович Л.И. *Государственная политика формирования патриотизма печатных средствах массовой информации Республики Казахстан. Автореф. на соис. уч. степ. канд. полит. наук.* –Алматы, 2007. -24 с.
7. *Қазақстан Республикасының Конституциясы.* – Алматы: Юрист, 2007. - 40 бет.
8. "Бұқаралық ақпарат құралдары туралы" *Қазақстан Республикасының заңы // Егемен Қазақстан. 1999 жылғы 6 тамыз.* –Б. 2.
9. Жабелова Т.Е. *Қоғамды демократияландырудағы бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі // Проблемы ускоренной экономической, социальной и политической модернизации... Материалы международной научно-практической конференции.* – Алматы, 2005. – С. 154.
10. *Надыров М. Роль информации в современном обществе // Саясат. -№1. - 2006. - С. 11.*
11. *Норденстренг К. Роль средств массовой информации в обществе: Уроки России // Вестник МГУ. Сер.10. Журналистика2001i „№3. – 3 с.*
12. *Прохоров Е.П. Введение в журналистику.* – М.,2000. – 234 с.
13. *Омаров Ш., Зайниева Л., Сыдыкова У. Политические процессы в молодежной среде. Астана: Елорда, 1998 г. – 3 с.*
14. *Культурология. XX век. Энциклопедия. Университетская книга - Том 2 1998 г. 447 с.*
15. *Асылыов К.Н Молодежь будуще - страны //Новая поколения 1998. №10. – 3 с.*
16. *Булатова А.Н., Исмаганбетова З.Н. Курс лекции по социологии.* – Алматы, 2002 – 98 с.
17. *Смоленская Е.П. «Массовая культура» развлечение или политика. М.,1986. – 140 с.*

18. Баймұханов Е.М. Қазіргі Қазақстан Республикасы жастарының саяси санасын қалыптастырудағы бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі – Алматы, 2010. - 122 с.
19. Омельченко Е.Л. Молодежные культуры и субкультуры. – М.: Институт социологии РАН, 2000 г, 151 с.
20. Ибраева Г. Масс медиа в полит. структуре общества. - Алматы: Қазақ Университеті, 2000. – 3 с.

List of used literature

1. Absattarov R. B., Sadykov T. S. *culture of Inter-Cultural Society of students: theory and practice.* - Almaty., 1999-211 S. Borbasov S. M. *national processes and national policy in Kazakhstan.* - Semey, 1995; Sarsenbayev T. S. *policy and culture of interethnic relations.* - Almaty., 2000.- 88 P.; Romanova N. V. *ethnopolitical processes in the Republic of Kazakhstan,* - Almaty, 1998. - 168 p.
2. Nurtazina R. A. *modern mass communications in the conditions of globalization. Part I.* 165 p.
3. Lebon G. *Psychology Tolp.* Moscow, 1999. - P. 126.
4. Yessim G. *Akme-the essence of society // sovereign Kazakhstan.* March 18, 2009. - P. 4.
5. Kenzhalin zh. *O.the role of mass media in the formation of Kazakhstan's patriotism. Political science. Kand. diss. abstract.* Almaty, 2004.-28 P.
6. Pukhovich L. I. *formation of the state policy of patriotism on the basis of mass information of the Republic of Kazakhstan. Abstract. on sois. уч. step. Kand. Polit. Nauk.* - Almaty, 2007. - 24 P.
7. *Constitution Of The Republic Of Kazakhstan.* - Almaty: jurist, 2007. - 40 pages.
8. *Law of the Republic of Kazakhstan" on mass media " // Egmen Kazakhstan.* August 6, 1999. - P. 2.
9. Zhabelova T. E. *the role of the media in the democratization of society // problems of increased economic, social and political modernization. .. Materials of the international scientific and practical conference.* - Almaty, 2005. - P. 154.
10. Nadyrov M. *role of information in modern society // politics.* - No. 1. -2006. - P. 11.
11. Nordenstreng K. *role of funds of mass information in the public: Uroki Russia // Bulletin of MGU. Ser.10 .journalism 2001.,№3.*
12. Prokhorov E. P. *Introduction to journalism.,*2000.- 234 p.
13. Omarov Sh., Zainieva L., Sydykova U. *political process in the youth environment. Astana: the capital,* 1998.- 3 p.
14. *Culturology. XX VEC. Encyclopedia. University Book-Volume 2* 1998. 447 p..
15. Asylov K. N. *Young Future countries // new generation* 1998, N. 10.- 3 p.
16. Bulatova A. N., Ismaganbetova Z. N. *course lectures on sociology.* Almaty, 2002. - 98 p.
17. Smolenskaya E. P. *" mass culture " development or politics.* – М.,1986 г, 140 p.
18. Baimukhanov E. M. *The role of the mass media in the formation of the political consciousness of the youth of the modern Republic of Kazakhstan – Almaty, 2010. - 122 PP.*
19. Omelchenko E. L. *Young cultures and subcultures.* М., Institute of sociology ran, 2000G, 151 p.
20. Ibraeva G. *mass media in politics. construction of the public.- Almaty, "Kazakh University". - 2000. - 3 p.*