

of Kazakhstan's leaving people with higher education, which leads to a reduction in the proportion of this group. Internal migration affects the balance of labor resources in the regions of Kazakhstan. The development of oil and gas in Western Kazakhstan, moving the capital to Astana led the migration of managers and other intellectual workers.

On the basis of a specific case study the author identified the reasons for changing the profession as the main form of actual mobility. The movement of personnel is seen as a concrete manifestation of the economic movement of workers, which promotes the rights of individual choice. The author concludes that as a result of internal and external migration is changing and occupational structure of society. The author notes that the actual mobility – a real indicator of an individual professions change in the shape of the selection or development of a new profession [3].

Migratory activity of the population significantly affects the parameters of the modernization of society and the demographic situation of the country. Population responds to the following ten factors of major: the health of the nation, macroeconomic stability, transparency, social, infrastructure, institutional quality, innovative potential, education level, the established market relations, micro-

economic stability, and foreign investment. These external factors combine to favor the demographic growth of the population and its dispersal across regions, sectors, areas of activity. In everyday life, and in the long run more important is to look for answers to the questions: what to do in terms of specific and comprehensive, timely, and the simultaneous solution of these factors, the migration activity.

1. Concept of Migration Policy of the Republic of Kazakhstan. – Astana, 2000. – 34 p.

2. Program demographic and migration policy of the Republic of Kazakhstan for 2004-2010. Astana. – 2003. – 26 p.

3. The role of migration of various nationalities in the formation of the demographic situation in Kazakhstan. – Almaty. – 2008. – In co-authorship. 110 p.

Мақала интеллектуалдардың академиялық мобильділігі ретіндегі миграцияға арналған. Интеллектуалдардың миграциясы Қазақстандағы демографиялық жағдай мен қоғамдағы модернизация процесін қозғайды.

Статья посвящена теме миграции как форме академической мобильности интеллектуалов. Миграция интеллектуалов затрагивает процесс модернизации общества и демографическую ситуацию в Казахстане.

Д.Қ. Мамытканов

ТҰЛҒАНЫҢ ҚҰНДЫЛЫҚТАР ЖҮЙЕСІНІҢ ҚАЛЫПТАСУЫНА БАҚ-ТЫҢ ӘСЕРІ

Қазақстан қоғамы соңғы жиырма жылда глобализациялық процестердің ықпалында дамуы халықтың рухани және адами құндылықтарының трансформацияланып, әлемдік стандартқа сәйкес жалпылануына алып келді. Соның нәтижесінде халықтың өмір сүру салтында, идеалдары мен дүниетанымында батыстық үлгінің басым болуы қазіргі Қазақстан жағдайында үйреншікті құбылыс. БАҚ-тың қазіргі күнгі қоғамдық санаға әсер ету мүмкіндігі мен ықпалдылығын сипаттайтын «төртінші билік» деген анықтама-ның кең қолданысқа ие болуы соның көрсеткіші. Сол себепті қазіргі күні бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі мен қоғамдық құндылықтардың қалыптасу мәселесі маңызды болып отыр. Ғылымның дамуы, жаңа технологиялардың пайда болуы және адамдардың өмір сүру ерекшеліктері мен талғамының өзгеруіне байланысты бұқаралық ақпарат құралдарының әсері артып отыр.

БАҚ-тың жалпы қоғамдық ой-санаға, оның ішінде тұлғаның әлеуметтенуіне әсер етуі түрлі құндылықтарды өндіру және қалыптастыру арқылы жүзеге асады. Қазіргі уақытта БАҚ-тың

мәдени салаға әсері көбінесе бұқаралық мәдениеттің кең таралу процесімен тікелей байланыстырылады. Қалың көпшіліктің БАҚ арқылы жалпыға ортақ мәдени құндылықтарға қол жеткізуі бір жағынан халықтың танымдық деңгейін көтеруге мүмкіндік берген позитивті құбылыс деп бағаланса, екінші жағынан әлеуметтік нормалардың талаптарына сәйкес келмейтін құндылықтардың таралуына байланысты негативті процесс ретінде қабылданады.

Жалпыхалықтық сауалнама жүргізу БАҚ-тың қоғамдағы әлеуметтік ролін ғылыми зерттеудің құралы ретінде әлеуметтануда кең қолданылады. Қарастырылып отырған тақырып аясында жүргізілген сауалнама барысында респонденттердің құндылықтары жөнінде сұрақ қою арқылы қазақстандық қоғамның идеологиялық және дүниетанымдық ұстанымдары анықталды. Абсолютті көпшілікке ортақ, маңыздылығы ешкімде күмән тудырмайтын құндылық – бұл *денсаулық*. Оны сауалнама нәтижесі бойынша респонденттердің 75%-ы белгіледі. Кейінгі 3 құндылықты жоғары деңгейлі құндылықтар тобы

ретінде біріктіруге болады. Оларға *отбасы, қауіпсіздік және бейбітшілік/тыныштық* жатады – 52, 43 және 42% сәйкесінше. Бұл арада экзистенциалдық (қорғаныштық) құндылықтардың айқын басымдықта екендігін байқауға болады.

Зерттеуге қатысқан халықтың $\frac{1}{4}$ бөлігі құндылық ретінде туған тілде сөйлеу мүмкіндігін белгіледі. Айта кету керек бұл нұсқаның рейтингтің жоғарғы сатысына көтерілуі назар аударарлық жайт. Маңызы жоғары құндылықтар қатарын *руханилық/имандылық, құдайға сенім, ар-ұят, тәуелсіздік* толықтырады. Бұл құндылықтардың мораль және сенім саласынан болуы оларды бір топқа біріктіруге мүмкіндік береді.



1-сурет. Сіз үшін төмендегі құндылықтардың қайсысы ең маңызды? (5 жауапқа дейін таңдау мүмкіндігі берілді)

Аталмыш құндылықтарды тұлғаның бойына сіңіруі сыртқы факторлармен бірге ішкі факторларға тәуелді болады. Оны анықтау үшін респонденттердің әлеуметтік демографиялық ерекшеліктері сарапқа салынды. Нәтижесінде респонденттердің құндылықтар жүйесінің қалыптасуында негізгі әсер етуші белгілер болып гендерлік, жастық ерекшеліктер табылатындығы анықталды.

Атап айтар болсақ, әйелдер қауымы үшін *денсаулық, отбасы, бейбітшілік, ар-ождан* маңыздырақ екендігі белгілі болды. Ал ерлер үшін *имандылық, демократия, заң, құқық пен бостандық және билік пен бедел* құндылығы жағынан жақынырақ ұғымдар.

Жас ерекшелігі бойынша келесі ерекшеліктерді атап өтуге болады: 18 бен 24 жас аралығындағы жастар үшін *құдайға деген сенімнің және жеке ар-ожданның* маңызы көбірек; орта жас

өкілдері үшін (35-44 жас) *отбасы мен заң*, ал орта жастан асқан аға буын (45-54 жас) *туған тілде сөйлеу мүмкіндігін, имандылықты және демократияны* жиірек тілге тиек етеді. Халықтың егде тартқан бөлігі *қауіпсіздікті, байлықты және мемлекет тарапынан көмекті* ерекше атап өтеді.

Қоғамның құндылықтық жүйесінің тағы бір көрінісі қоғамның моральдық әлпетінен табылады. Зерттеу барысында қазақстандықтарды мораль саласындағы қандай мәселелер бірінші кезекте толғандыратыны жөнінде сұрақ қойылды. Алынған нәтижелер бойынша қоғам мүшелерін ең алдымен әлеуметтік аномияның бір түрі – *маскүнемдік мен нашақорлық* және қылмыстың бір түріне жататын *жемқорлық, ұрлық* секілді мәселелер толғандыратыны белгілі болды. Бұл екі мәселелер тобын респонденттердің көпшілігі – 64-66%-ы таңдаған.

Заңсыздық, бетімен кетушілік, жазасыздық болып біріктірілген әлеуметтік теңсіздікті бейнелейтін моральдық мәселе сауалнама нәтижесінде 38%-бен 3-ші орынды иеленіп отыр. Осы шамадағы көрсеткіште *руханисыздық, имансыздық* секілді мәселелер тобы орналасты.

Халықтың $\frac{1}{4}$ бөлігі зиянды құбылыс ретінде қоғамда материалдық құндылықтардың басым болуын («*бәрі ақша жайлы ойлайды*») атаса, 23%-ы *мәдениетсіздікті* өзекті мәселе ретінде біледі. Онан соң тікелей халықтың мінез-құлықтық тұрғыдан деградациялануына қатысты проблемалар – *үлкендерді сыйламау, қайырымсыздық, бірін-бірі сыйламау және қатаңдық* секілді рухани «аурулар» аталды.

Төмендегі тізімде тағы бір назар аударуды қажет ететіні – респонденттердің 17%-ның қазіргі БАҚ моральдық тұрғыдан алғанда зиянды дүниелерді насихаттау арқылы қоғамға теріс әсерін тигізіп отыр деп ойлауы. Бұл көрсеткіш БАҚ-тың белгілі бір шамада жалпы аудиторияда теріс құндылықтардың тарауына және сол арқылы рухани өмірге қауіп төндіріп отырғандығының белгісі. Алайда, алынған рейтингіде әлеуметтік сипаттағы мәселелердің алдыңғы орынға шығуы қоғамдық санада моральдық мәселелердің екінші жоспарда екендігін білдіреді. Бірінші кезекте қоғам мүшелерін мемлекеттің әлеуметтік және саяси дамуына кедергі келтіріп отырған кеселдер толғандыратындығы анық. Бұл жерде айта кетер бір жайт – құндылықтар мен қауіптер рейтингісінің бір кеңістікте жатуы. Мысалы құндылықтардың алғашқылары мағыналық жағынан алғанда рейтингісі жоғары моральдық проблемардың көрінісі болып табылады: «*Денсаулық – маскүнемдік, нашақорлық*», «*қауіпсіздік – жемқорлық*», «*бейбітшілік – заңсыздық*».



2-сурет. Сіз моральдық саладағы қандай мәселелер қазіргі күні мейлінше өзекті деп ойлайсыз? (5 жауапқа дейін таңдау мүмкіндігі берілді)

Тұлғаның ақпараттық мәдениеті – жалпы алғанда адамның өзінің ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандыруын қамтамасыз ететін оның ақпараттық дүниетанымының, ақпараттық білімі мен ақпараттық мүмкіндіктерінің жиынтығы екендігі белгілі. Қазіргі ақпараттық қоғамда тұлғаның кәсіби және басқа салаларда да жетістікке жетуі осы ақпараттық мәдениетінің деңгейімен байланысты болады. Әсіресе жаңа заман адамы үшін соңғы ақпараттық технологияларды меңгерудің маңызы зор.

Қоғамдық өмірде тұлғаның ақпараттық мәдениетінің көрініс табатын тағы бір орны – бұл оның БАҚ-пен қарым-қатынасқа түсуі, яғни тұлғаның тек енжар ақпарат қабылдаушы ретінде ғана емес, сонымен қатар белгілі бір іс-әрекетке бару арқылы БАҚ-пен кері байланыс орнату, коммуникация жасау, осылайша ақпараттық белсенділік таныту. Дамыған ақпараттық қоғамның ажырамас бөлігі ретінде ағылышын ғалымы Э. Тоффлер әрбір адамның тек ақпарат тұтынушысы ғана емес, сонымен қатар ақпарат өндіруші ретінде қалыптасатындығын алға тартады. Қазақстан қоғамында тұлғаның БАҚ-пен қарым-қатынасқа түсуі қандай деңгейде? Қарым-қатынастың қандай формалары кең тараған? Осы мәселелердің басын ашу үшін зерттеу барысында респонденттерге БАҚ-пен кері байланыс жасау жөнінде сұрақ қойылды (Диаграмма 3). Нәтижесінде белгілі болғандай жалпы аудиторияның жартысынан аса бөлігі тек енжар ақпарат тұтынушы ролін атқарады, яғни БАҚ-пен еш қарым-қатынасқа түспейді. Бұл топта қоғамның әлеуметтік белсенділігі аз категориялардың, яғни зейнеткерлер мен үй шаруасымен ай-

налысушылардың және орта/арнайы орта білімі бар халықтың үлесінің басым болуы ақпараттық белсенділіктің азаматтық белсенділікпен тікелей байланыста екендігін көреміз.

Дегенмен БАҚ аудиториясының жартысына жуығы әр түрлі формада онымен коммуникацияға түседі. Төменде көрсетілгендей қоғамдық өмірде тұлға мен БАҚ-тың ең кең тараған қарым-қатынас формасы – бұл тұлғаның *БАҚ редакциясына белгілі бір себептермен қоңырау шалуы*. Сауалнама нәтижесі бойынша шамамен әрбір бесінші азамат (19%) өмірінде осындай тәжірибеге ие болған екен. Әдетте редакцияға қоңырау шалудың негізгі мотивтері теледидарға, радиоға өзінің жақындарын құттықтауға немесе интерактивті телебағдарламаларға (сұрақ қою, өзінің пікірін білдіру) қатысуымен байланысты болып жатады. Сараптама қорытындысы бойынша көбінесе коммуникацияның бұл түрі әйелдер қауымы, Талдықорған қаласы тұрғындары, орта жас өкілдері және бюджеттік сала қызметкерлері арасында жиірек кездеседі екен.

Қарым-қатынастың келесі кең тараған түрі Интернет пайдаланушыларының түрлі форумдарда өз пікірін білдіру, сұрақ жазуы және ақпарат алмасуымен байланысты. Қазіргі күні жалпы аудиторияның 14%-ы осындай іс-әрекетке барғандығын сауалнама нәтижесі жеткізді. Олардың басым бөлігі Интернеттің белсенді пайдаланушылары екенін талдау нәтижесі анықтап отыр. Сонымен қатар демографиялық ерекшеліктері бойынша олардың арасында ерлердің, 18-34 жас өкілдерінің және екі жоғары білімі бар азаматтардың жиірек кездесетіні белгілі болды.



3-сурет. Сізде келесідей тәжірибелер болды ма?
(барлық мүмкін жауап белгіленді)

БАҚ-қа мақала жазу және теле/радио бағдарламаларға қатысу сауалнама нәтижесі бойынша респонденттердің әрбір оныншысына ортақ іс-әрекет формасы болып табылатындығы анықталды. Егер бірінші БАҚ-пен қарым-қатынас жасау формасы негізінен жасы 55-тен асқан екі жоғары білімді тұлғалар арасында кең тараса, екіншісі ауыл тұрғындарының және бюджеттік сала мамандарына тән нәрсе болып отыр.

БАҚ-тың саяси-әлеуметтік ролін бейнелейтін коммуникация түрі – халықтың оларды бір мәселелерді шешу үшін шақыруы және оларға шағымдануы болып табылады. Сауалнама бойынша респонденттердің тек 7%-ы ғана екі жақты байланыс жасаудың осы формасын пайдаланған. Олардың арасында орта жас адамдары мен бюджеттік және жеке сектор сала қызметкерлері басқа топтармен салыстырғанда жиірек кездеседі екен.

Қазіргі уақытта ақпараттық технологиялардың шарықтап дамуы Қазақстан қоғамында БАҚ-пен тұлға арасындағы қарым-қатынас ақпараттық мәдениетінің қалыптасуына, ақпараттық қоғам талаптарына сәйкес құндылықтардың басымдылығымен ерекшеленіп отыр.

Қазір әлеуметтік ортада жаңа ақпараттық қоғам құру коммуникативтік үрдіске өзіндік ерекшеліктер мен өзгерістерін әкелді. Қазіргі уақытта тұлғаның ақпараттық мәдениеті мен ақпараттық қауіпсіздік мәселесі өзекті болып отыр. Ақпараттық мәдениеттің дамуы тұлғаның және мемлекеттің қауіпсіздігінің элементі ретінде жаңа заман технологиялардың ақпараттық кеңістікте пайдаланылуын ескере отырып жүйелі түрде қарастыруды қажет етеді. Тәжірибеде ақпараттарды алу мен оны ұдайы іздеу ақпараттардың экстенсивті түрде

көбеюіне әкелді, бұл тұлға мен мемлекет алдында әртүрлі мәселелерді туғызды.

Ақпараттық ортада ақпараттың шектен тыс көбейіп кетуі құнды ақпараттардың маңыздылығын арттырып, қажетті ақпаратты табу көп уақыт жұмсауды талап етіп отыр. Бұл жағдайларда тұтынушыларды ақпаратпен толық қамтамасыз етуді жақсартумен қатар, мемлекет тарапынан ақпараттық ортаның сапасын айқындайтын мекемелердің жұмысына бақылауды күшейту және ақпараттық кеңістікті құрайтын құрылымдардың жауапкершілігін арттыру қажет болып отыр.

БАҚ мемлекеттік мәні зор мәселелерді жан-жақты көтеріп, демократиялық құндылықтарды негіздеуге, саяси өзгерістерді жүзеге асыруға, қоғамдық-саяси пікірді қалыптастыруға зор үлесін қосатын қуатты факторлардың бірі. Өз кезегінде елімізде азаматтық қоғам мен құқықтық мемлекеттің негіздері мен демократиялық қағидаларды орнықтыру, қоғам мүшелерінің ақпараттық мәдениет деңгейі мен көзқарастарының жетілдіру мен әлеуметтік белсенділігін жоғарылату бұқаралық ақпарат құралдарының маңыздылығы артып отыр.

1. Абдикерова Г.О. Социализация современной личности. – Алматы, 2005. – 284 с.

2. Абдирайымова Г.С. Ценностные ориентации современной молодежи (социологический анализ): монография. – Алматы, 2005. – 302 с.

3. Маулышариф М. Теоретические основы изучения идентичности и идентификации Казахское общество и социология: новые реалии и новые идеи: / Сборник материалов Конгресса социологов Казахстана. – Алматы: Қазақ университеті, 2002. – С. 391-399.

В этой статье рассматривается и анализируется социальная ценность личности, а также влияние СМИ на формирование информационной культуры в обществе.

In this paper the social value of personality and also the influence of a mass media on a formation of an informational culture of society are analysed.

Қ.Е. Юсупов

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ПРОЦЕСТЕРДІҢ ТҮРЛЕРІ

Қазақстанның әлемдік қауымдастыққа интеграциялануында тұлға мен социумның инновациялық даму мәселесін өзекті мәселе етуде. Қазақстан экономикасында инновациялардың бірінші дәрежеде басымдылық алуы үшін оған тек ғалымдар мен мемлекеттік басқару органдарының ғана мүдделі болуы жеткіліксіз. Әр елдің инновациялық технологияларды дамытуға мүмкіншілігінің деңгейі қазіргі қоғамымыздың негізгі сипаттарының бірі деп саналады. Мұндай мүмкіншілік тек жаңа өнім тудыратын ғылыми ізденістер және зерттеулермен шектеліп қалмауы тиіс. Қоғамдық өмірдің барлық салаларында (әлеуметтік, экономикалық, саяси, ғылыми және техника-технологиялық) жеке және қоғамдық сананың өзгерістерге дайындығы, оған қатысу жаңа құндылықтарды қабылдау прогрестің талабы болып саналады.

Сондықтанда, инновациялардың тұрақты дамудың негізгі ресурстарының біріне жататындығын әлемдік тәжірибе көрсетіп отыр. Осыған орай Мемлекет басшысының болашақта Қазақстан үшін неғұрлым перспективалы деген онын іріктеп алып, жүзеге асыру үшін «жүз абсолютті инновацияларды» іздеу туралы берген тапсырмасы ерекше маңызға ие бола түседі.

Елдің инновациялық әлеуетін жетілдірудің мұндай моделі өнімдері ішкі және сыртқы нарықта сұранысқа ие болатын серпінді инновациялық жобаларды инвестициялау арқылы ғылымды қажет ететін, техникалық тұрғыда күрделі бұйымдарды «нүктелік» жасау шеңберінен шығуға мүмкіндік береді [1].

Инновациялық даму бойынша белгіленген бағытпен алға жылжу үшін базалық жағдайлар бар. 2015 жылғы кезеңге дейінгі индустриалды-инновациялық даму стратегиясы шеңберінде инновацияларды ендіру үшін қажетті жағдайлар жасалған. Ұлттық инновациялық қор, Инжиниринг және технологиялар трансферті орталығы, ғылым қоры, ғылым жөніндегі комитет, қаржылық даму институттары сияқты институционалды жүйелер қалыптастырылды. «Инновациялық қызметті қолдау туралы», «Ғылым туралы» Заңдар қабылданды.

Халықаралық тәжірибеге сәйкес 6 отандық венчурлық қорлар мен Еуропа, Орталық Азия,

АҚШ-тың шығыс жағалаулары, АСЕАН елдері, Израиль, Германия сияқты 6 халықаралық жағрапиялық инвестициялау жобалары ашылды. Осыған қоса, инновацияларды ендіруді жылдамдату мақсатында технопарктер, индустриалды аймақтар, бизнес-инкубаторлар, еркін экономикалық аймақтар құрылуда [2].

«Ғылым туралы» Заңның қабылдануы арқасында ғылыми әлеуетті тиісті жұмысқа ырығаты түрде тарту үшін ұйымдық, институттық, қаржылық тетіктердің кешені жасалды. Атап айтқанда, ұлттық ғылыми инновациялық жүйені, ғылыми, ғылыми-техникалық және инновациялық қызметті дамытуды экономикалық ынталандыруға мемлекеттің кепілдік беруі, экономиканың басым секторларындағы технологияларды коммерцияландыруды қаржыландыру заңдық деңгейде бекітілді [1].

Ғылыми және ғылыми-техникалық қызметті басқарудың нақты құрылған жүйесі инновациялық тұрғыда қызығушылық туғызатын бір де бір талдаудың назардан тыс қалмайтынына кепілдік болып табылады. Сол сияқты 2010-2014 жылдарға арналған мемлекеттік үдемелі индустриялық-инновациялық даму бағдарламасын, елдің 2020 жылға дейінгі ғылыми технологиялық дамуының салааралық жоспарын, Қазақстан Республикасында 2010-2014 жылдары инновацияларды дамыту және технологиялық жаңғыруға ықпал жасау жөніндегі бағдарламаны жүзеге асыруға қосымша ғылыми ресурстардың тартылуы мүмкін екендігі де өте маңызды.

Өнеркәсіп өндірісі саласының тұрақты дамуына негізінен өткен жылы басталған 2015 жылға дейінгі үдемелі индустриялық-инновациялық даму бағдарламасы ерекше игі ықпалын тигізді. Жалпы, бұл бағдарлама шеңберінде құны 801,8 миллиард теңгеден астам болатын 152 индустриялық жоба іске асырылды. Нақты есептеулер көрсетіп отырғанындай, осы ғасырлық жобалардың іске қосылуы ішкі жалпы өнімнің өсуіне 2,2 пайыз көлемінде үлес қосқан.

Елбасы алға қойған экономикамыздың бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатындағы бастама негізінде жүзеге асырыла бастаған 2010-2014 жылдарға арналған үдемелі индустриялық-инновациялық даму бағдарламасы тарих толқы-