

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

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

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

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

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

**2023
Астана**

УДК 001+37
ББК 72+74
G99

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

ISBN 978-601-337-871-8

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

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

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

УДК 001+37
ББК 72+74

ISBN 978-601-337-871-8

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

2. 2019-2020 Қазақстан Республикасы Премьер Министрінің
Баспасөз Қызметі/ 2020 ж. 15-қаңтар
3. Ж. Өрісбай «Цифрлы Қазақстанның болашағы
қандай?» мақала / 2017 ж.
4. Дукин Р.А. «Әлеуметтік медиа феномені: әлеуметтік желілердегі проблемалар» -
2015 ж. - 122-126 б.
5. Лисенкова А.А. «Сандық медиа заманауи мәдениет айнасы ретінде [Электрондық
ресурс] / – 2018 ж.

ӘОЖ 070.1

ТЕЛЕӨНІМДЕРДІҢ БАЛА ПСИХОЛОГИЯСЫНА ӘСЕРІ

Тілепберген Сүйкім Аяпбергенқызы
Suikim201610@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану факультетінің
2-курс магистранты, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі - Ғ.М.Ақсейіт

Әлемде медиакеністіктің ауқымы кеңеюде. Қазіргі ғасыр сан алуан ақпараттардың толқыны болғандықтан, олардың кез келген адамға осыншалықты қолжетімді болуы ғаламтордың, технологияның шарықтауымен байланысты. Ақпараттардың барлығы адамдарға әрқашан пайдалы бола бермейді. Әсіресе, соңғы кезде ақпараттық тасқынның көп болуы бірте-бірте адамның жеке тұлғалық психологиясының дамуы мен бұзылуына әсер етуде. Адам ақпараттар алу арқылы оны пайдаға асырады немесе қандай да бір нәрсені үйренеді. Дегенмен, бүгінгі күні БАҚ-та агрессиялы, жалған әрі дұрыс емес ақпараттар көбейді. Ересек адам бұл мәселемен күресе алар, ал балалар қалай күреседі? Балалардың психоәлеуметтік дамуына бұқаралық ақпарат құралдарының әсері орасан зор. Қазіргі кезде дәрігер-мамандар ата-аналармен бұқаралық ақпарат құралдарының баласына әсерін талқылап, барлық ақпарат құралдарын, соның ішінде теледидарды, ұялы телефонды, музыканы, бейне ойындарды және Интернетті жасына сәйкес пайдалану туралы кеңес беруі маңызды.

Көптеген зерттеулер теледидардың қоғамға, әсіресе балалар мен жасөспірімдерге әсерін зерттеді. Жеке баланың даму деңгейі қоршаған ортаның оң немесе теріс әсер ететінін анықтауда шешуші фактор [1,12]. Барлық телебағдарламалар жаман емес, бірақ зорлық-зомбылықтың, орынсыз сексуалдылықтың және қорлайтын боғауыз сөздердің жағымсыз әсерлерін дәлелдейтін бұлтартпас айғақ көп. Осыдан бес-он жыл бұрынғы шетелдік зерттеулерге сенсек, әлемдегі балалардың теледидар алдындағы уақыты шамамен ең көбі 14 сағатты құрайтын болған. Канадалық ғалымдардың айтуынша теледидарды балалар көп қараған сайын ондағы дүние олар үшін шынайы әлемге айналады [2, 301]. Қазіргі смартфон құрылғылары өріс алмай тұрып, теледидарды көру балалардың ойын ойнау, оқу, сөйлеуді үйрену, құрдастарымен және отбасымен байланысу, әңгімелер айту, жүйелі жаттығуларға қатысу және басқа да маңызды физикалық, психикалық және әлеуметтік дағдыларды дамыту сияқты өмірлік маңызды әрекеттерге уақытын шектегені белгілі. Алайда, бұл қазіргі кезде де теледидар балалар үшін өз маңызын жойды деген сөз емес.

Теледидардың балаларға беретін теріс әсерінің бірі – зорлық-зомбылық көріністері. Канадалық педиатр-ғалымдардың зерттеуіне сүйенсек, орта жастағы бала жыл сайын теледидардан 12 000 зорлық-зомбылық әрекеттерін, соның ішінде өлтіру мен зорлаудың көптеген суреттерін көреді. 1000-нан астам зерттеулер теледидарлық зорлық-зомбылықтың жоғары дозалары әсіресе ұл балаларда агрессивті мінез-құлықты арттыратынын растайды

[3,5]. Басқа зерттеулер өз-өзіне қол жұмсау туралы теледидар немесе газет жарнамаларын суицид қаупінің жоғарылауымен байланыстырды. Ғалымдар сонымен қатар балалардың келесі топтары теледидарлық зорлық-зомбылыққа көбірек бейім болуы мүмкін екенін айтады. Олар: иммигранттар топтарының балалары; эмоционалды теңгерімсіз балалар; оқуда ақауы бар балалар; ата-анасының зорлық-зомбылығына ұшыраған балалар; және де қиын жағдайдағы отбасыда өскен балалар. Бір американдық зерттеуге сәйкес, сотталғандардың 63%-ы теледидар кейіпкерлеріне еліктеу арқылы заңды бұзғанын айтса, 22%-ы теледидардың кесірінен қылмыс жасау техникасын үйренген. Ал бүгінде АҚШ Сенатының комиссиясы егер теледидар зорлық-зомбылық көріністерін көрсетпесе, елде 10 000 кісі өлтіру және 70 000 зорлау азаяр еді деген қорытындыға келді [3,10]. Яғни, теледидар балаларға қызықты әрі информативті деген ойды мүлдем сызып тастаған жөн. 2013 жылдың ақпан айында Санкт-Петербург қаласында «Жастар мен балаларға педагогикалық-психологиялық тұрғыда теледидардың әсері» атты ғылыми конференциядағы қорытынды - бүгінгі ресейлік телеарналар өзінің баршаға танылған төрт негізгі функциясының бірін де орындамайды: ақпараттық, танымдық, ойын-сауықтық және ел-халқын, оның бүкіл аудиториясын біріктіру, жақындастыру міндеті. Ресейден үлгі алатын Қазақстандық телеарналарда да бұл міндеттерді қаншалықты барға санай аламыз?

Теледидардағы жарнамалық роликтердің баланың даму кезеңіне әсер етуде маңызды рөл атқарады. Кішкентай балалар коммерциялық деген ұғымды түсінбейді. Мектеп жасына дейінгі балалардың көпшілігі ойын-сауыққа арналған бағдарлама мен жарнаманың айырмашылығын түсінбейді. Бірқатар зерттеулер сегіз жасқа дейінгі балалардың даму жағынан жарнамалар мен кәдімгі бағдарламалар арасындағы айырмашылықты түсіне алмайтынын дәлелдейді. Мысалы, қазіргі Қазақстан телеарналарында көрсетілетін жеке бас гигиеналарына байланысты заттарды жарнамалау қаншалықты маңызды? Оларды көрген балалар мен жасөспірімдердің психологиялық әсері қандай болады? Орта жастағы бала күніне телевизордағы әр он бес минут сайын осындай жарнамаларды көретін болса, оның болашақта әсері қандай болатынын ойлай беріңіз. Өйткені, қазіргі Қазақстан телеарналарында түрлі жарнамалар арасы жиілік салмайтындай көп көрсетіледі. Ал ми теледидарды көріп бастаған алғашқы 60 секундта өз белсенділігін жоғалтады [2,305]. Арнайы жарнамалардан бөлек әр көрсетілетін мультфильм және кинолардың астарында да түрлі дүниенің жарнамасы жасырынып жатады. Италияда осыған байланысты телеарналарда фильм кезінде жарнамаға заңмен тыйым салып үлгерді.

Кейбір мультфильм немесе бағдарламалардың сүйікті әдісі - бір ойды немесе сөзді сәл өзгерте отырып, бірнеше рет қатарынан қайталау. Сонымен қатар, теледидардың өзі гипноздаушы күшті құрал болып табылады. Теледидардағы бағдарламалар мен мультфильмдердің әндеріндегі қайталанулар санын айтпағанның өзінде, мазмұны әрқашан ойынан алыс. Осы тұрғыдан алғанда қазіргі қазақ телеарналарында бағдарламалар жеңіл ауызекі тілде жүргізілетін болды. Онсыз да қазақ тілінің көркемдігі мәз емес кезеңде адамдар әдеби нормадағы қазақ сөздері мен сөз тіркестерін ұмыт қалдырып келеді. «Бұрынғы» мен «жаңа» қазақ телеарналарының ой маңыздылығы осы жерде сынға түседі. Мысалы, бұрынғы тоталитарлық қоғамда теледидардың өзінше элитарлы болғаны – ол кез-келген көрерменді белгілі бір қабаттың мәдени стандарттарына көтерді. Тіл нормаларын қолдады. Бұл мәселе әсіресе жаңа заманның өскелең ұрпақтарына да маңызды.

Қазіргі балаларға арналған «жалғыз» «Балапан» телеарнасының еңбегі зор. Алайда, қоғамдағы ата-аналардың пікірінше балаларға бұл телеарнаның бағдарламалары мен мультсериалдары бұрынғыдай қызық болмай тұр. Сараптап қарасақ, балаларға арналған қазақша анимациялық фильмдердегі кейіпкерлердің бет-бейнесі ерсі және қорқыныштылау. (Мысалы, «Алдар көсе», «Бетперделі батыр» т.б.). Бұл нәрсенің балаға қандай психологиялық түрткі жасайтынын айтпас бұрын, балалар мен жасөспірімдерге арналған телеарналардың санын көбейтуді ұсынуымыз қажет. Өйткені, «Балапан» телеарнасы 14 жастан асқан көрермендеріне жеткілікті түрде көңіл бөлмейді. Балалардың телеарнадағы тәрбиесі мен бағдарламасын жасауда арнайы зерттеулер қажет.

Балалар мен жасөспірімдердің ой-санасына байланысты айырмашылықтар көп. Шетелдік бір зерттеу тәжірибесінде 6 жастан 14 жасқа дейінгі балалардың фильмдерді қалай көретіні, қаншалықты түсінетіні және іштей қорытылатыны туралы эксперименталды талдау жасалады. Балаларға фильмдер көрсетілді, одан кейін мазмұнын сипаттау тапсырылды. Нәтижесінде 6-7 жастағы балаларда тек жиынтық бейнелеу сақталған. 13-14 жаста ғана фильмде көрсетілген оқиғаның табиғаты, фильмнің мәні мен құрылымы туралы түсінік қалыптаса бастайды. Біздің жоғарыда айтып өткеніміздей телеарналардағы балалардың жас ерекшеліктері ескерілуі өте маңызды.

Бұқаралық ақпарат құралдары қазіргі жағдайда жол көрсетуші немесе арандатушы рөлін атқарады (моральдық ұстанымына байланысты) олар жас адамды уақыттың басым құндылықтарының контекстіне енгізеді немесе оны жалған нұсқаулармен алдайды. Біз жаһандық дағдарыс жағдайында өмір сүріп жатырмыз. Сондықтан тәжірибе құндылық деп есептелетін классикалық қоғамның тәжірибесі құнсызданатын, жиі күлкіге ұшырайтын кезең. Қазіргі таңда жастарға көп жолдар ашық, «бәрі қолжетімді, бірақ бәрі пайдалы емес» дегендей: әлеуметтік мүмкіндіктермен бірге жастарға әлеуметтік қысым күшейеді, сонымен қатар қоғам оларға жүк. Баспасөздегі көптеген жарияланымдар мен ақпараттардың әсерінен психологтар мен әлеуметтанушылар жас балалардың ақпарат ағындарына тәуелділігі мен бұқаралық ақпарат құралдарының әсерінен ұлттың моральдық және физикалық денсаулығының өзгеруі туралы алаңдаушылық танытып отыр. Дегенмен, дәрігер-мамандар бұқаралық ақпарат құралдарының балалар мен жасөспірімдерге теріс және оң әсерін зерттеуді жалғастыруы керек.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Ж.Аймауытов «Психология»: 1926ж., -Ташкент, 12 б.
2. Влияние использования СМИ на детей и молодежь в области педиатрии и детского здоровья: Журнал «Педиатрия и здоровье детей», 8 том, 5-шығарылым, мамыр / маусым 2003 жж., 301–306 б.
3. Влияние СМИ на психоэмоциональное состояние детей и молодежи: монография. – Липецк: ЛГПУ имени П.П.Семенова-Тян –Шанского, -2020 жж., 5, 10-13 бб.

УДК 070

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА НА ПРИМЕРЕ ЗАРУБЕЖНЫХ И КАЗАХСТАНСКИХ СМИ

Тлеубекова Ансаган Сымбатовна

ansonka@mail.ru

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

Научный руководитель – Емцова А.Г.

В современном мире остро стоит вопрос экологии, из-за быстрого темпа жизни, мы не замечаем, сколько потребляет один человек и какое количество он вырабатывает отходов, что плохо сказывается на окружающей среде. Загрязнение воздуха, морей и лесов, всё это приводит к катастрофе, которую не избежать человечеству. Каждый год человек примерно вырабатывает 400 килограммов мусора, а это около 1,1 килограмма в день. И это лишь средний знаменатель, в этот расчёт не входят рестораны, магазины и другие общественные места, где потребления мусора намного больше. Проблема экологии стали намного глобальнее, даже в сравнении с прошлым веком. С новыми технологиями приходят новые проблемы.