



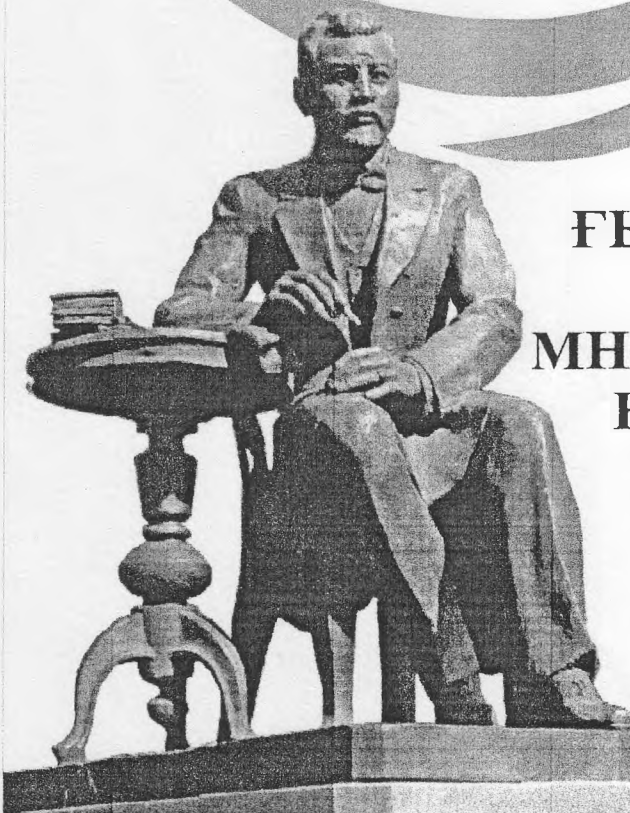
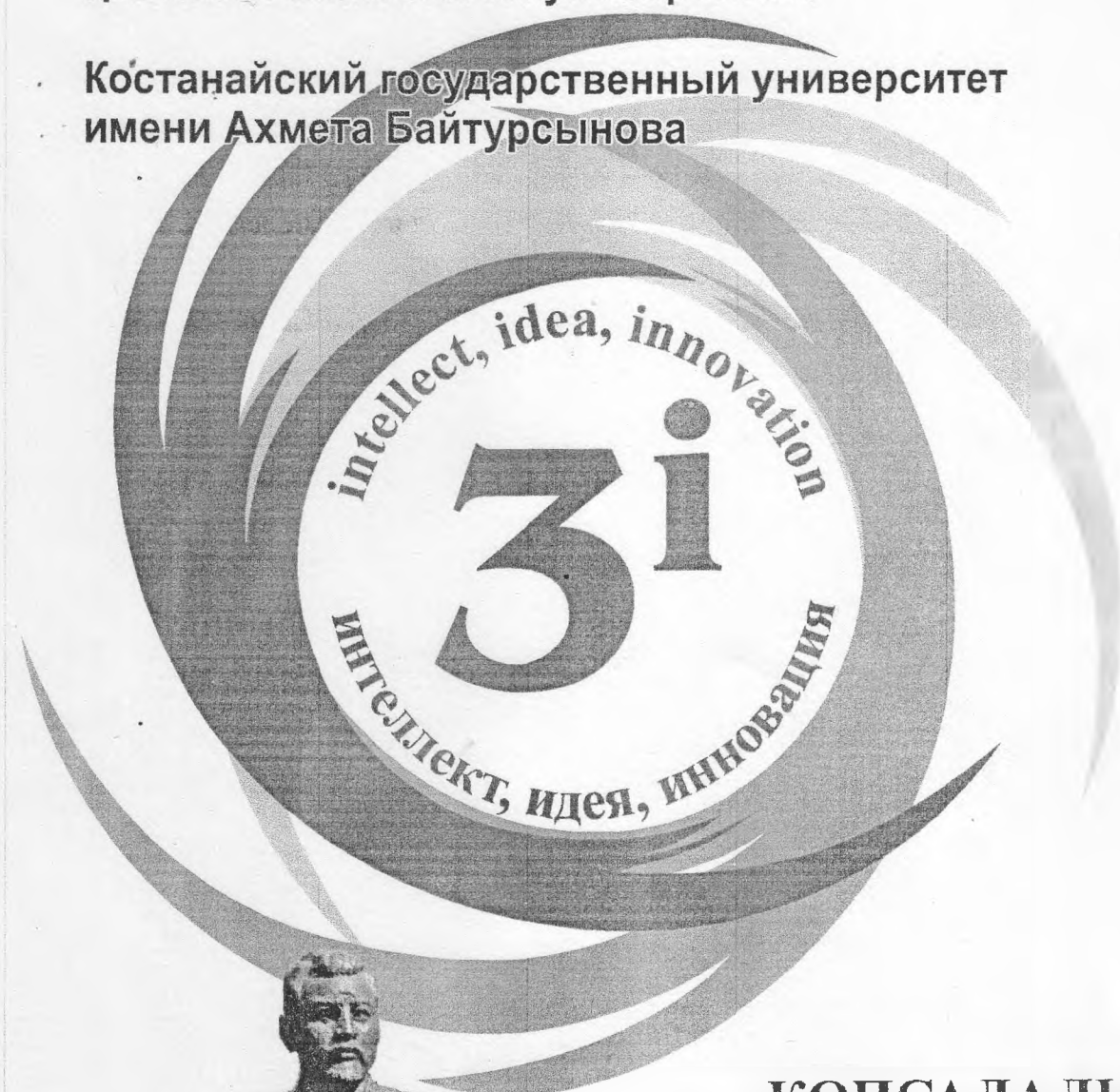
ISSN 2226-6070



Ахмет Байтұрсынов атындағы
Қостанай мемлекеттік университеті

Қостанайский государственный университет
имени Ахмета Байтұрсынова

№ 1 2015 «3: intellect, idea, innovation – интеллект, идея, инновация»



КӨПСАЛАЛЫ
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ
МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Құқықтану саласы мен лингвистиканың бірлескен тұсындағы жаңа атауға ие болған лингвистикалық сараптама өзінің көкейкесті сұрағының ақиқатын табуға ұмтылды. Құқықтану саласының араласпайтын жері жоқ, сараптама соның дәлелді, фактілік айғағын растайтын құрал болғандықтан, лингвистикалық сараптама да құқық негіздерінің шындығын табуда үлкен рөл атқарады. Айғақты дерек - прагматикалық фактордың сөзі, жазбаша мәтін. Заңгердің сөзі мен лингвист сөзінің айырмашылығы бар ма, ұқсастықтары қандай? Заңгер субъект категориясының, сөзінің мән мәтінін толық түсіне бермеуі де мүмкін, тек лингвист қана оны түсіндіріп бере алады, бірақ заңгер сияқты лингвист құқықтық мәні бар жағдайларды, құқықтық категорияларды білуге мүмкін. Заңгер мән лингвист бірлесе отырып заң мәтіндеріне лингвистикалық сараптама жасау арқылы даулы мәселелердің дұрыс шешімін табады. Түйіндей келгенде, заңнамалық лингвистиканың лингвистикалық сараптамасын қазақ тіл білімінің арнайы нысаны етіп қарастыру — лингвистикамыздың алдында тұрған келелі мақсат-міндеттердің бірі.

Әдебиеттер:

1 Галяшина, Е.И. Возможности судебных речеведческих экспертиз по делам о защите

прав интеллектуальной собственности // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2005. - N 9. - С. 50-59.

2 Бринев, К. И. О презумпциях лингвистической экспертизы: конфликтные высказывания на шкале сведения / мнение // Юрислингвистика – 7: язык как феномен правовой коммуникации. – Барнаул, 2006. – С. 103-138.

3 Бельчиков, Ю. А. Инвективная лексика в контексте некоторых тенденций в современной русской языковой коммуникации // Филологические науки. 2002. - № 4. - С. 66-93.

References:

1 Galyashina, Y.I. Capabilities of judicial linguistic examinations on the protection of intellectual property rights // Intellectual property. Copyright and neighboring rights. 2005. - N 9.- pp. 50-59.

2 Brinev, K. I. On presumptions of linguistic examination: conflicting statements on the scale of the reduction / opinion // Forensic linguistics –7: language as a phenomenon of legal communication. – Barnaul, 2006. – pp. 109-138.

3 Belchikov, Y. A. Invective vocabulary in the context of some of the trends in modern Russian language communication // Philological Sciences. 2002. - № 4.- pp. 66-93.

Автор туралы мәліметтер

Оразбаева Айтбиби Сұлтанқызы – А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті тіл және әдебиет кафедрасының аға оқытушысы, филология ғылымдарының кандидаты, Қостанай қ., Қозыбаев көшесі, 107, тел. 87013432294, e-mail: oaibtibi@mail.ru

Orazbayeva Aitbibi Sultanovna – Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer of Theory of Languages and Literature Department at Kostanay State University, Kostanay, Kozybaev St., 107, phone: 87013432294, e-mail: oaibtibi@mail.ru

Оразбаева Айтбиби Султановна - кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теории языков и литературы Костанайского государственного университета имени А.Байтұрсынова, г. Костанай, ул. Козыбаева, 107, тел. 87013432294, e-mail: oaibtibi@mail.ru

УДК 070

РОЛЬ СМИ В ОПРЕДЕЛЕНИИ ЦЕННОСТЕЙ

Харченко С.В. – д.социол.н., профессор, Костанайский государственный университет имени А.Байтұрсынова

Стадниченко Н.И. – магистрант, Костанайский государственный университет имени А.Байтұрсынова

В статье рассматриваются проблемы влияния СМИ на формирование системы ценностей современной казахстанской молодежи. Обозначаются причины принципиальных затруднений в деятельности институтов социализации в становлении молодого поколения. Утверждается, что в самом процессе социализации молодежи именно государственные институты могут влиять на выработку позитивных или наоборот негативных ценностных ориентиров, поскольку они принимают фактическое участие в процессе воспитания молодого поколения. Однако преобладающую роль в воспитании молодежи РК, а также ее гражданского становления играют институты СМИ и коммуникаций. Они в реальной жизни формируют потребительские ценности, социальные, культурные ориентиры у молодежи. Авторы статьи считают, что в ближайшей перспективе необходимо активно использовать осуществление государственной пропаганды собственной системы ценностей посредством СМИ. Ведь именно газеты и ТВ - один из самых

эффективных механизмов формирования у современной молодежи систем традиционных, духовно-нравственных систем ценностных ориентаций. И это должно стать одной из первоочередных задач в выработке единой стратегии молодежной политики в Республике Казахстан.

Ключевые слова: СМИ, ценности, псевдоценности, социализация молодежи.

ROLE OF MASS MEDIA IN DETERMINATION OF VALUES

Harchenko S.V. – the doctor of sociological sciences, professor of department of journalism and communication management, Kostanay state university of A. Baytursynov

Stadnichenko N. I. – the undergraduate, Kostanay state university of A. Baytursynov

In article are considered problems of influence of mass media on formation of system of values of modern Kazakhstan youth. There are designated the reasons of basic difficulties in activity of institutes of socialization in formation of the younger generation. It is claimed that in the process of socialization of youth state institutes can influence development positive or on the contrary negative valuable reference points as they take the actual part in process of education of the younger generation. However the prevailing role in education of youth of RK, and also its civil formation is played by mass media institutes and communications. They form consumer values, social, cultural reference points at youth in real life. Authors of article consider that in the short term it is necessary to use actively implementation of the state promotion of own system of values by means of mass media. After all newspapers and TV - one of the most effective mechanisms of formation at modern youth of systems of traditional, spiritual and moral systems of valuable orientations. And it has to become one of priorities in elaboration of uniform strategy of youth policy in the Republic of Kazakhstan.

Keywords: Mass media, values, pseudo-values, socialization of youth.

ҚҰНДЫЛЫҚТЫ АНЫҚТАУДАҒЫ БАҚ-ТЫҢ РӨЛІ

Харченко С.В. – әлеум.ғыл.док., журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының профессоры, А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті

Стадниченко Н.И. – магистрант, А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті

Мақалада қазіргі қазақстандық жастардың құндылықтар жүйесін қалыптастырудағы БАҚ әсерінің мәселелері қарастырылады. Жас буынның қалыптасуындағы әлеуметтену институттары қызметтеріндегі негізгі қиындықтарының себептері белгіленеді. Әлеуметтену үдерісі барысында мемлекеттік институттар жас буынның тәрбиелеу жолында негізгі қатысушы болғандықтан құндылықты бағытының оң немесе теріс түсінігі қалыптасуы мүмкін. Бірақ, ҚР жастарын тәрбиелеуде және олардың азаматтық қалыптасуында БАҚ институттары мен коммуникациялар басты рөл атқарады. Олар жастарда шынайы өмірде қажеттілік құндылықтарын, әлеуметтік, мәдени бағыттарын қалыптастырады. Мақала авторлары болашақта жеке құндылықтар жүйесін мемлекеттік нысхаттауды БАҚ арқылы белсенді пайдалану қажетті деп есептейді. Өйткені, газет пен ТД - қазіргі жастарда құндылық бағытында дәстүрлі, рухани-адамгершілік жүйелерін қалыптастырудың ең тиімді механизмдері. Және бұл Қазақстан Республикасында жастар саясатының оларға стратегиясын жасауда негізгі мәселелердің бірі болып келеді.

Негізгі ұғымдар: БАҚ, құндылықтар, псевдоқұндылықтар, жастар әлеуметтенуі.

Влияние внешних политических, экономических, социальных процессов на то, как формируется сегодняшняя система ценностей казахстанской молодежи - одно из главных направлений в работе над целями и задачами молодежной политики в Республике Казахстан. Среди основных институтов социализации – прежде всего система образования, средства массовой информации, семья, общественные организации, которые в настоящий момент не эффективны.

Из современных исследований по обозначенной проблеме в большей степени заслуживают внимания работы российских ученых. В монографии В.К. Сергеева «Молодежная культура и СМИ», основанной на социологическом

исследовании, анализируются проблемы влияния СМИ на молодежь в современном российском обществе [1]. В диссертационном исследовании В.В. Касьянова впервые рассматривается роль информационного пространства в процессе политической социализации молодежи (в социологическом аспекте). Информационное пространство определяется как одно из важнейших факторов политической социализации [2]. Т.Н. Самсонова, исследуя различные аспекты политической социализации российских школьников, отмечает, что среди агентов политической социализации все более заметную роль играют средства массовой информации, но их роль двойственна. СМИ много внимания

уделяют отрицательным моментам (неудачи лидеров, скандалы и т.д.), что вольно или невольно формирует у подрастающего поколения негативное отношение к политике [3].

Перестав быть традиционными, но так и не став инновационными, процессы социализации носят стихийный, непредсказуемый, малоуправляемый характер. Особенностью самого процесса трансформации казахстанского общества является ценностный конфликт, который имеет ряд отличительных черт.

В первую очередь, это снижение значимости полноценной передачи духовного наследия старшего поколения младшему. Во-вторых, если это и происходит, то на фоне радикальной смены ценностных ориентаций и навязывания псевдоценностей. Кроме того, механизм воспроизводства ценностных ориентаций перестает быть ведущим, уступая место адаптационным. Молодежь Казахстана в своей общей массе не придерживается экономических и политических ценностей. Она преследует свои экономические интересы и адаптируется к социально-политическим реалиям не в самом положительном и прогрессивном направлении.

Для возможной нормализации, эффективности деятельности институтов социализации молодежи есть принципиальные затруднения. Это прежде всего отсутствие механизмов донесения до сознания молодого поколения четко очерченного образа будущего и ближайших перспектив развития нашего общества как целостного социального организма. Далее — неустойчивая единая структура, отсутствие единого понимания и направления деятельности по социализации молодежи. В результате как следствие этих затруднений — рост влияния на молодежь десоциализирующих факторов в условиях снижения социальных гарантий. А также неизбежный конфликт инновационного потенциала молодежи с его институциональными формами.

Проблемы самоидентичности в РК приводят к тому, что сегодняшняя молодежь начинает придерживаться идеально-духовных ценностей. А это приводит к усилению роли религии к жизни молодых людей. Это сдерживает формирование гражданской идентичности молодого поколения. В казахстанском социуме социально дезориентирует молодежь. А политизированность этнических идентификаций обретают сепаратистские черты, что может привести в ряде случаев к межнациональным столкновениям. Кроме того, это в целом вдет к пути восстановления приоритета идеально-духовных ценностей, характерного в Казахстане для этнических групп, ведущих изолированный образ жизни при сохранении архаичных форм социализации.

Безусловно, что молодежь в целом по социально-политическим установкам и ценностным ориентациям принимает идеи демократического общества. А это свобода мнений, свобо-

да выбора, в том числе и собственного пути. По данным социологов, сегодня молодежь Казахстана высказывается за продолжение перемен в сторону повышения социально-экономического благополучия страны, строительства правового государства, создания полноценного и полноправного гражданского общества. При этом в последние годы можно наблюдать эдакое явление размытости социальной самоидентичности, ощущение у молодежи «постоянства неопределенности», «культурного фастфуда».

Как считают эксперты, социологи и политологи, современную молодежь РК сейчас можно охарактеризовать как «безразличное поколение». Такие характеристики, как самостоятельность и целеустремленность, которые выступают ключевыми факторами самореализации молодого поколения, находятся на очень низком уровне развития. На первые позиции, согласно опросам казахстанских СМИ, в системе ценностей вышли деньги, образование и профессия, деловая карьера, гедонистические установки, возможность жить в свое удовольствие, общее стремление к материальному благополучию и независимости. В связи с этим, чтобы улучшить социальное самочувствие молодежи РК, по ее же мнению, нужно решать проблемы профессионального выбора, связывают с возможностью самореализации, обретением желаемого социально-профессионального статуса. Достижение деловой карьеры, материальное благосостояние, получение образования относятся к приоритетным целям молодого поколения.

Согласно опять же опросам и социологическим исследованиям в средствах массовой информации, среди общественных проблем, которые более всего сегодня тревожат молодых людей, на первых позициях — рост преступности, инфляция, рост цен, усиление неравенства доходов, коррупция во властных структурах. А также пассивность граждан, их безразличие к происходящему, экологическая ситуация. Что касается вопросов личного характера, волнующих молодых людей, то на передний план вышли проблемы материальной обеспеченности и здоровья. Хотя при этом сама ориентация на здоровый образ жизни, увы, формируется недостаточно инициативно.

При формировании социальной идентичности современного молодого поколения возникают проблемы, которые продолжают оставаться актуальными на протяжении последних десяти лет. В силу неэффективности тех механизмов, которые способствуют интеграции молодежи в социальную структуру общества, как полноценных его членов.

Сегодня молодому поколению Казахстана, как показывает анализ его участия в общественных процессах, свойственны разные ориентиры в определении системы ценностей. В частности, у представителей «золотой молодежи» преобладают практические подходы — «выгодно — не

выгодно», т.е. потребностно-полезностные ориентиры. Что касается носителей традиционной этнокультурной системы норм, то ими остаются в основном сельская молодежь и часть городской, воспитанной в больших семьях. Прагматики, т.е. носители упрощенной и вместе с тем социально востребованной системы ценностей, редуцирующей ценности к интересам, - это основная масса городской молодежи. Причем, безотносительно к их этнической принадлежности и национальной самоидентификации. Существуют и маргинализованные слои молодежи, эдакие носители антисоциальной системы установок. В секторе интеллектуальной молодежи носители современной, постматериалистической системы ценностей. Они выделяются высоким уровнем духовно-нравственного развития, большим потенциалом, творческим складом мышления, возможностью реально оценивать социально-экономические и политические преобразования.

Что же касается государственных программ, направленных на молодежную политику, то там доминирует наибольшее дистанцирование госинститутов от участия в процессе формирования, в продвижении системы традиционных ценностей. При всё при этом в самом процессе социализации молодежи именно государственные институты могут влиять на выработку позитивных или наоборот негативных ценностных ориентиров. Они принимают фактическое участие в процессе воспитания молодого поколения. Однако превалирующую роль в воспитании молодежи РК, а также их гражданского становления играют институты СМИ и коммуникаций. Они в реальной жизни формируют потребительские ценности, социальные, культурные ориентиры у молодежи. И, увы, это нередко приводит к росту негативных факторов в молодежной среде современного общества.

Чтобы, образно говоря, на разрыве поколений и нарушений преемственности в ценностно-мотивационной сфере создать ту самую пластичную и вместе с тем прочную «стяжку», нужно предпринять меры по преодолению кризиса в системе социализации молодежи. И это должно быть ориентировано на стержневые традиции семьи, социальной ответственности и культурно-нравственные основы для дальнейшего личностного развития современной молодежи.

То, что делают государственные органы в реализации молодежных проектов и программ по трудоустройству, решению жилищных проблем, развитию разносторонних способностей молодых людей, оказывается недостаточно эффективным. В силу их незначительной обеспеченности. В целом на поверку такие проекты охватывают лишь незначительную в процентном соотношении часть молодежи. В силу чего доля контролируемого соответствующими программами рынка жилья, образования, трудоустрой-

ства и т.д. оказываются чрезвычайно малой. При этом не создается полный диапазон действительных социальных возможностей. Это не лишний раз подтверждают нереализованность и невыполнимость ряда молодежных программ и проектов в области молодежной политики. Важная роль в этом процессе принадлежит государству. Оно обладает наибольшими ресурсами и возможностями для осуществления целостной, планомерной и системной молодежной политики.

Как убеждены политологи, ценностные ориентиры современной молодежи должны формироваться на основе единой системы ценностей в рамках четко сформулированной и определенной национальной идеи. А также стратегии национального развития, базирующейся на определенных идеологических установках, определяющих выбор, иерархию ценностей. Стоит отметить, что процесс формирования системы ценностей для молодого поколения - это самый важный механизм молодежной политики. Он предполагает наличие государственной идеологии. В то же время деидеологизация общества становится тормозом для дальнейшей реализации механизма институционализации единой базовой системы ориентиров молодежи РК. И в этом роль средств массовой информации становится в числе первостепенных для молодежи.

В процессе социализации особенность казахстанских СМИ в том, что усвоение информации, полученной посредством СМИ, у детей и молодежи в настоящее время (семейное и религиозное воспитание, школьное и вузовское образование и воспитание) носят в большей степени индивидуальный характер. Их эффективность является отсроченной во времени. При этом роль средств массовой информации в формировании системы ценностей молодого поколения может носить характер как позитивный, так и негативный. В последнем случае это то, что в деятельности казахстанских СМИ, слабо отражен процесс формирования традиционных духовно-нравственных ценностей у молодежи. Более того, через СМИ РК молодежь часто принимает за собственные ценности американского и западного образа жизни, тех стандартов массовой культуры и потребления, которые характерны для менталитета Европы и США.

В последнее время в формировании информационного пространства Казахстана наметился ряд факторов, заставляющих говорить о сохраняющейся угрозе негативного влияния СМИ на сознание молодого поколения. А именно: уровень информационно-культурного, информационно-социального состояния Казахстана фактически зависит от российских медиакомпаний, от проамериканских тенденций и европейских веяний в СМИ других стран. Это обеспечивается выверенной маркетинговой политикой государственных неказахстанских ме-