

АЛМАТЫ, 2015 ЖЫЛ, 20 ҚАРАША  
АЛМАТЫ, 20 НОЯБР, 2015 ҚОҒ

**«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ИННОВАТИКА»**

посвященной памяти доктора философских наук, профессора КазНУ имени  
Международной конференции,  
аль-Фараби Б.Г. Нуржанова

**МАТЕРИАЛЫ**

**МАТЕРИАЛДАРЫ**

халықаралық ғылыми конференция

**«АДАМИ КАПИТАЛ ЖӘНЕ ИННОВАТИКА»**

Әл-Фараби атындағы Қазак Ұлттық университетінің  
профессоры, философия ғылымдарының докторы  
Нуржанов Бекет Ғалымжанұлының еске алу кешіне арналған



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ  
МИНИСТРЛІГІ  
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ АДАМ ИНСТИТУТЫ  
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
ФИЛОСОФИЯ ЖӘНЕ САҒАТТАНУ ФАКУЛЬТЕТІ  
ДІНТАНУ ЖӘНЕ МӘДЕНИЕТТАНУ КАФЕДРАСЫ

**Ахмет Ташағыл**  
 Eski Türk kozmogonisinin kültürel antropolojik temeli ..... 5  
**Алтыншат Хаңран, Гаптов Т.Х.**  
 Kazakistan gök türk kaya resimleri üzerinde bir bakış ..... 13  
**Абдугалиева Г.К.**  
 Роль интеллектуального капитала в духовном развитии общества ..... 18  
**Исмагамбетова З.Н., Сарсенбаева З.Н., Карабаева А.Г.**  
 Иновация и образование ..... 22  
**Абишева А.К., Аубакирова Г.Н.**  
 Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте  
 современной культуры ..... 26  
**Аймухамбетов Т.Т., Аймухамбетова А.С.**  
 Религия и наука в контексте культуры ..... 30  
**Айниязова А.Ө.**  
 Дәстүрлі музыка мәдениетін модернизациялаудағы жаңа бағыттар ..... 33  
**Алиқбаева Ж.Б.**  
 Қазақ және Түрік халықтарының отбасы мен неке құрудағы ұқсастықтарына  
 салыстырмалы талдау ..... 39  
**Алижанова А.Ш.**  
 Перспективы национальной культуры в условиях глобализации ..... 44  
**Аубакирова Г.Н.**  
 Күлтыра как объект медиапространства ..... 48  
**Әуезхан Қодар**  
 Философияның бекеті. Философ Бекет Нұржановты еске алу кешіне  
 арнаймын ..... 53  
**Әбдіхамитов Б.Х., Бейсенов Б.К.**  
 Жаңа исламдық ағымдардың сопылыққа деген ұстанымдары ..... 56  
**Әбенов Д.Б.**  
 Абай мен шакаримнің рухани үндестігі ..... 60  
**Байтенова Н.Ж., Абжапов С.У., Дүйсенбаева А.К.**  
 Саяси және әлеуметтік мәселелердің исламның біртұтастығына тиізген әсері ..... 64  
**Бейсенов Б., Нисеннова А.**  
 Ұлттық діни діни сана аясындағы ұғымдар ..... 69  
**Вересова Г.**  
 Сал-сері мәдени феномен ретінде ..... 73  
**Дәуренбеков А.К.**  
 Салафизм идеологиясындағы «такфир және ширк» мәселесі ..... 75  
**Джамабаева Б.А., Ибрагимова С.А.**  
 Казахстанское общество через призму здоровья общества Эриха Фромма ... 79  
**Еділбаева С.Ж., Қим Л.М.**  
 Б.Г. Нұржанов постмодерндік ілім және білім беру туралы ..... 83  
**Ерназаров Д., Қанпия Ж.**  
 Қазақстандағы діни және дінтанулық білім берудің дінаралық келісімді  
 нығайтады орны ..... 87



исполнения комбинаций, уверенность в себе, способность идти на риск. Хотя креативность принято считать индивидуальным феноменом, она неизбежно приобретает черты социального процесса. Исходя от людей, креативность выступает в качестве наиболее ценного товара, не будучи последним как таковым. Точно так же человека можно нанять или уволить, но нельзя купить его творческие способности.

Большую роль в развитии различных форм креативности играет благоприятная социально-экономическая среда. Креативность достигает расцвета в специфически культурной и социальной среде. Если для социальной среды важную роль играет стабильность общества, которое стимулирует творчество во всех его формах, то для культурной среды значимость обретает отсутствие консервативных, давление традиционных культурных механизмов. Важную роль в социальной среде играет минимализм бюрократической системы, подавляющей инициативность и креативность в деятельности людей, поскольку любая бюрократическая машина резко повышает затратность в деятельности, что сказывается на инициативности и креативности в работе. Таким образом, для активизации креативности и инициативности человека важную роль играет формирование инновационной культуры, инновационного мышления, создание необходимых условий для творческого использования огромного потенциала интеллектуального капитала человека. Для реализации этого потенциала необходимо целенаправленное исследование культурных аспектов инновации в современном казахстанском обществе, аналитика модернизации, происходящей в нем.

#### Литература:

- 1 Золотухина-Аболина Е., Золотухин В. «Другая рациональность» и вечные русские вопросы. //Свободная мысль № 3. - 2013. - С. 14 - 17.
- 2 Жунусов Т.Т. Казахстанская наука: формирование единой триады. //Вестник инженерной академии РК №4 (46). - 2012. - С. 25.
- 3 Национальный доклад о состоянии и развитии системы образования Республики Казахстан. - Астана: НЦОСО. - 2012. - 136 с.
- 4 Н.А.Назарбаев «Социальная модернизация РК: 20 шагов к обществу всеобщего труда» //Казахстанская правда 10.07. 2012.

**Абишева А.К.**  
д. филос. н., профессор  
КазНУ им. аль-Фараби  
**Аубакирова Г.Н.**

*магистрант 2 курса специальности «Культурология»*

## **ЯЗЫК СОВРЕМЕННЫХ СМИ КАК СИСТЕМА ИНТЕРПРЕТАЦИИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

Вторая половина XX – начало XXI в. характеризуются активным развитием средств массовой коммуникации. Динамичное развитие традиционных СМИ: печати, радио, телевидения, появление новых компьютерных информационных технологий, глобализация мирового информационного пространства оказывают огромное влияние на производство и распространение слова. Все эти сложные и многогранные процессы требуют не только научного осмысления, но и разработки новых парадигм практического исследования языка СМИ.



Одна из основных черт языка современных СМИ — демократизация лингвистического стиля и расширение нормативных границ языка массовой ммуникации. Очевидными являются процессы расширения литературной нормы языка. До недавнего времени СМИ были образцом нормативности, и многие поколения людей выросли в осознании этого. Именно радиовещание, газеты, позже телевидение ли, начиная с двадцатых годов прошлого века, голосом общественного мнения, остро агировали на нарушение грамматической, стилистической, орфоэпической

Как отмечают ученые, в СМИ функция воздействия, убеждения начинается с остатков остальных языковых функций, и средства массовой информации обращаются в средства массовой воздействия. В связи с этим вопрос регулирования ответственности посредством СМИ приобретает особую важность [1, с. 58]. Средства массовой коммуникации являются одним из важнейших общественных титутов, оказывающих решающее влияние на формирование не только взглядов, установлений общества, но и норм поведения его членов, в том числе и речевого поведения. Это мощный инструмент воздействия на аудиторию и средство манипуляции общественным сознанием. Передавая информацию и передавая ее читателю, ментиря или аранжируя события, СМИ формируют моральные нормы, эстетические и оценки, выстраивают иерархию ценностей, а нередко даже навязывают ательно образцы рецензии истин - исторических, социально-политических, кхолологических и др. Информиря о ценностях и оценивая, СМИ реально влияют на стество публичного дискурса, на организацию моделей общественной жизни, на мпирование у общества его собственного образа. Язык средств массовой информации на дает ярко выраженными социальными признаками и оказывает воздействие на иальные, экономические, культурные стороны жизни, а также в значительной мере мпирует языковое сознание людей [2, с. 132].

По мнению ученых, в постсоветский период публицистика начинает играть важную роль в формировании речевого вкуса нашего современника, выработке и новлении норм литературного словоупотребления, отодвигая на второе место тожественную литературу, занимавшую доминирующие позиции в советскую эпоху. Развитие языка как межязыковые контакты, языковая политика, развитие экономики, науки, культуры, социальные катаклизмы.

Характеризуя современный медийный дискурс, ученые отмечают его ирессивный и оценочный характер, информационную и воздействующую функцию, которая создается особой языковой тканью, сочетанием экспрессии и стандарта. При м определению роль играет политическая ориентация медийного текста — передача информации с запрограммированной установкой на ее социальную оценку в заданном правлении. Усиление информационно-формационной функции, по мнению исследователей, оявляется в росте информационного поля, повышении «качества» информации и ее створности, расширении публицистической проблематики, возможности вернативной подачи информации вследствие идеологического, политического, рьского расхождения прессы. Изменяя воздействующую функцию СМИ ученые вывают с уходом от одноплановости и императивности. Медийные тексты становятся более разнообразными, раскованными, индвидуализованными [4, с. 157]. Развитие демократических тенденций в обществе и языке привело к укреплению эципий разговорной речи, к усилению разговорной составляющей вербальной ммуникации.



правильности речи. С развитием перестроечных процессов, интенсификацией гласности и демократизацией жизни общества на радио и телевидение, в газеты и журналы потоком полилась спонтанная речь участников митингов и собраний, народных депутатов, самих журналистов.

Прямой эфир и запрет цензуры освободили устную речь от ранее принятых ограничений, что привело к снижению уровня культуры медийной речи, к ее ориентации на разговорную речь и просторечие. Исследователи отмечают общее огрубление речи, широкое распространение мата в разных социальных группах населения, чему в немалой степени способствовали СМИ [5, с.202].

Слияние книжности и разговорности, размывание в текстах СМИ границ официального и неофициального, публичного и обиходно-бытового общения исследователи объясняют стремлением журналистов реализовать основную стратегию современных СМИ - стратегию близости к адресату. Считается, что, если СМИ будут говорить на том же языке, что и большинство в современном обществе, использовать те же правила общения, что в обиходно-бытовой сфере человека, тексты СМИ станут более понятными и доступными массовому адресату. С помощью средств разговорности создается впечатление живого устного общения, имеющего место в обиходной сфере коммуникации.

Важнейшим процессом, характерным для современных СМИ, исследователи считают субъективизацию медийных текстов. «Усиление личностного начала», «персонификация общения», безусловно, определяются влиянием происходящих в обществе социальных процессов: раскрепощением личности в современном обществе, провозглашением свободы слова, осознанием каждым членом общества своей социальной значимости. Усиление личностного начала, подчеркивание авторского «я» возникло из стремления противопоставить современные СМИ советским с их непрерываемостью истины в последней инстанции и полным отказом от проявления авторского «я» [6, с. 92].

По мнению ученых, все речевое поведение человека эмоционально опосредованно, эмоциональная рефлексия на события, происходящие в обществе, не могут не изменять человека и его язык. Новые эмоциональные доминанты пронизывают наше общение, определяют векторы понимания высказывания. Часто в речи преобладают сиюминутные вербальные эмоции автора, находящие выражение в знаках его экспрессивного самовыражения, что в полной мере отвечает современному принципу медиального и политического дискурсов: важен не смысл сказанного, а эмоции, рожденные сказанным.

Общую эмоционально-оценочную тональность медийного дискурса усиливают прецедентные феномены, крылатые слова и выражения, позволяющие автору установить контакт с читателем путем опоры на общность культурно-языковой компетенции, и дают возможность заменить нежелательную прямую оценку косвенной. Интертекстуальность наряду со стилистической контаминацией и субъективизацией - важнейший процесс, характеризующий современный медийный дискурс [7, с. 54].

Наряду с тенденцией к демократизации, одной из главных тенденций, характерных для современного состояния языка, является тенденция к интеллектуализации, которую исследователи связывают с необходимостью при восприятии текста пользоваться специальными знаниями, а также с усложнением смысла, требующим дополнительных усилий читателя при восприятии и интерпретации текста, содержание которого включает смыслы, не выводимые из семантики составляющих его единиц.

В газетных публикациях автор не просто передает какую-то вещественную информацию, но главным образом оценивает ее, формулирует проблемы, с ней



И. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Загл. ст. М. Вавилова. - М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.

## Литература

связанные, даст прогноз развития событий и предлаает наиболее удачные, с его точки зрения, пути решения заявленной проблемы. Эти задачи требуют от автора и читателя совершенная сложных умственных действий.

Одним из распространённых средств интелектуализации текста является ирония как весьма распространённый способ косвенной оценки. Ироническая модельность газетного текста объясняется критическим осмыслением действительности, преобладанием негативного отношения ко многим сторонам современной жизни. Чаше всего ироническому осмыслению, насмешке подвергаются действия властей разных уровней, политических партий, реже конкретных чиновников и политиков. Иногда при помощи иронии ведётся скрытая полемика, но опять в основном с обобщённым субъектом или с всеобщим мнением о жизни общества [8, с.156].

Как известно, язык не только передаёт информацию, но и воздействует на личность, формирует её, изменяя в лучшую или в худшую сторону. Язык не только, как зеркало, пассивно отражает окружающую жизнь, но и вмешивается в нашу картину мира, в формирование языковой личности, соответственно меняет личность, а следовательно, опосредованно и общественную жизнь.

Благодаря средствам массовой информации язык является мощным средством коммуникативного воздействия на массовое поведение. Он позволяет не просто описывать какие-либо объекты или ситуации внешнего мира, но и интерпретировать их, задавая нужное адресанту видение мира, управлять восприятием объектов и ситуаций, навязывать их положительную или отрицательную оценку [9, с.75].

Для современных СМИ особенно характерны пафос, типертрофованная функция воздействия, усиление авторского начала. Усилился оценочный характер языка в СМИ, расширился спектр оцениваемых явлений и фактов. Прожные оценочные парадигмы изменяются под влиянием новых ориентиров общественно-политической жизни и сознания членов общества. Характерная примета времени - жесткость оценок. Повседневный характер приобрёл иронический характер оценки. Объекты возможной иронии самые разные: отдельный человек, политическое движение, часть общества, государства, черты национального характера. Ученые отмечают общий тон современных СМИ - ироничный, скептический, насмешливый, а подчас издевательский.

В настоящее время исследователи уже не говорят о культуре-просветительской функции средств массовой информации: на первый план выходит деятельность, которую можно назвать рекламно-информационной. Задача выживания в условиях рынка, жесткой конкуренции вынуждает искать новые способы обратить на себя внимание читательской аудитории, причем для этого привлекаются любые средства вплоть до прямого спонсирования и апелляции к низменным инстинктам [10, с.56].

Современный публицистический дискурс в его «масс-медийной» реализации немалым без выражения авторского «я», без эмпириально-оценочной составляющей текста. При этом человеческая психология такова, что для социума более актуальной является констатация негативных явлений и оценок, поскольку «хорошее» воспринимается как норма, не требующая специального выражения. В месте с тем журналист должен помнить о праве читателя на получение не только живой, интересной, интригующей, но и достоверной информации, выраженной в такой форме, которая демонстрирует языковой вкус и языковую выскателность автора.



2. Кириллова Н. Б. Медиакultura: от модерна к постмодерну. 2-е изд.; перера доп. - М.: Академический Проект, 2006.
3. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М.: Владос, 1994.
4. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнес обществе. Екатеринбург: У - Фактория, 2004.
5. Луман Н. Общество как социальная система. М: Логос, 2004.
6. Багдикян Б. Монополия средств информации. М.: Прогресс, 1989.
7. Борев В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М.: На 1986.
8. Ваттимо Д. Прозрачное общество / Пер. с итал. Дм. Новикова. М.: Логос, 200
9. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Институт эксперименталь социологии: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002.
10. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер", 2001.

**Аймухамбетов**  
докторант PhD КазНУ им. аль-Фар  
**Аймухамбетова**  
магистрант КазНУ им. аль-Фар

## РЕЛИГИЯ И НАУКА В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ

Культура и религия - не случайные соседи. Внутренне они слитны с самого на истории человечества. Между тем история отношений религии и культуры уходит н древность, по сравнению с которой эти примеры кажутся современн сиюминутными. Обилие материала, который получен современными этноло относительно ранних ступеней в развитии человеческой культуры, столь велико, пренебречь им – значит проявить научную недобросовестность. Эта “доисторичес история взаимоотношений религии и культуры по времени во много раз превышает двадцать – тридцать столетий, применительно к которым и принято ставить вопр культуре и религии. Можно, конечно, возразить, сославшись на разл астрономического и исторического времени: последние века вместили в себя стол сколько не содержат в себе предшествующие тысячелетия. Однако сам факт получ достоверных данных о том, что в огромную бесписьменную эпоху существо человеческие механизмы передачи социального опыта, и сам этот опыт, и способ трансляции имели принципиально совершенно те же формы, что и в наши заставляет внимательнее отнестись к проблемам ранних форм религиозного созн единства человеческой культуры на разных стадиях ее развития. На раннем з культуры сознание человека было мифологическим по содержанию и форме. Исто свидетельствуют, что у её истоков для наших предков были почти неотличимы ф: вымысел, наблюдение и иллюзия, реалии и воображение, действительность и лег Массу своих архетипов (не столько в знаниях, сколько в верованиях) культура выг из мифологии. Один из таких архетипов – вера в чудеса [1].

Религиозность, базирующаяся не на попытке получения объективного знания таком типе отношения человека к миру как вера, убеждение в существовани развитии, в пребывании чего-либо, не основанного на доказательстве, связано с тем источником религиозности является не объективная реальность, не действительн данная нам в ощущениях, а то, что мы называем сверхнормальным бытием. Источн религиозного знания переживания, миро представления является. Источником м выступать либо пророк, либо сам Абсолют, Бог, воплотившийся на земле,