Казахский национальный педагогический университет имени Абая

УДК 81'373.611 На правах рукописи

**КОЖАХМЕТОВА АСЕЛЬ САБЫРБЕКОВНА**

**Репрезентация аксиологической семантики**

**в языке казахстанской прессы**

6D021300 – Лингвистика

Диссертация на соискание степени

доктора философии (PhD)

Научные консультанты:

д.ф.н., профессор Мусатаева М.Ш.

д.ф.н., профессор хаб. Киклевич А.К.

Республика Казахстан

Алматы, 2022

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ** | 3 |
| **ВВЕДЕНИЕ** | 5 |
| **1 АКСИОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО**  **СОВРЕМЕННОЙ КАЗАХСТАНСКОЙ ПРЕССЫ** | 13 |
| 1.1 Казахстанская пресса: от истории к современному состоянию | 13 |
| 1.2 Язык прессы как объект лингвистических исследований | 20 |
| 1.3 Аксиология и ее основные категории | 31 |
| 1.3.1 Категория оценки в современных лингвистических теориях | 39 |
| 1.3.2 Ценности и подходы к их изучению | 52 |
| Выводы по 1 разделу | 57 |
| **2 ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ КАЗАХСТАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ЯЗЫКЕ ПРЕССЫ** | 59 |
| 2.1 Доминантные ценности современного казахстанского общества в языке прессы | 59 |
| 2.1.1 Репрезентация ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ в языке  казахско- и русскоязычной прессы Казахстана | 66 |
| 2.1.2 Репрезентация ценностей КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ  в языке казахско- и русскоязычной прессы Казахстана | 79 |
| 2.1.3 Репрезентация ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ в языке казахско- и русскоязычной прессы Казахстана | 87 |
| 2.2 Ассоциативный эксперимент «Ценности глазами казахстанцев» | 94 |
| Выводы по 2 разделу | 126 |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** | 128 |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ** | 131 |
| **ПРИЛОЖЕНИЕ А** Репрезентантыценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ | 143 |
| **ПРИЛОЖЕНИЕ Б** Репрезентанты ценностей КЕЛІСІМ /  СОГЛАСИЕ | 185 |
| **ПРИЛОЖЕНИЕ В** Репрезентанты ценностей  ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ | 198 |

**ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ**

В настоящей диссертации применяются следующие термины с соответствующими определениями:

**Аксиологическая лингвистика** – сфера междисциплинарного знания, предметом которой является воплощение ценностей в языковом сознании и коммуникативном поведении реципиентов [1, с. 30].

**Аксиология** –философская дисциплина, изучающая природу ценностей, их характеристики, их место в реальности, структуру и иерархию ценностного мира, способы его познания и его онтологический статус, а также природу и специфику ценностных суждений [2, с. 62].

**Ассоциативный эксперимент** – метод изучения концептов, способствующий установлению и характеристике языковых стереотипов, черт менталитета и закономерностей языкового сознания человека [3, с. 4-5].

**Культурная картина мира** – совокупность специфических взглядов, понятий, воззрений, знаний о мироустройстве, ментальности народа, его отношения к явлениям реальности.

**Медиатекст** – результат воплощения медиасобытия в языковую форму для трансляции в СМИ [4, с. 25].

**Медиакоммуникация** –распространение (с помощью технических средств) между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость.

**Оценка** – мнение о предмете, которое выражает характеристику последнего через соотнесение его с категорией ценности [5, с. 13].

**Репрезентация** –опосредованное, или «вторичное» (через подобие) представление в сознании человека образов (первообразов) материальных или идеальных объектов их свойств, отношений и процессов, функция которой заключается в замещении чего-то, находящегося за ней. Но только субъект познания и деятельности определяет, что может быть в данной ситуации репрезентантом.

[**Семантика**](https://les.academic.ru/1007) (от греч. σημαντικός − обозначающий) − 1) раздел языкознания, объектом исследования которого являются значения (план содержания) лингвистических единиц, их природа, разнообразные причины изменений и взаимодействий между собой; 2) всё содержание, информация, передаваемые языком или какой-либо его единицей (словом, грамматической формой слова, словосочетанием, предложением).

**Семантическое ядро текста –** это набор слов и словосочетаний, которые пользователи вводят для поиска необходимой им информации. Их называют ключевые слова и ключевые фразы соответственно.

**Средства массовой информации** – то же, что масс-медиа. К СМИ относятся печать (газеты, журналы), телерадиовещание (радио, телевидение), интернет (информационные агентства, интернет-издания) [6, с. 67].

**Ценность** – это своего рода знак, с помощью которого в социальной среде передается информация о правильных, желаемых, требуемых, установленных типах поведения – о нормах [7, с. 275].

**Эксцерпция –** извлечение из писем, произведений, выборка фрагментов из текста; выдержка, цитата.

**Язык СМИ** – обобщающий термин, обозначающий закономерности в отборе, компоновке и употреблении языковых средств в таких функционально-стилевых разновидностях речи, как язык газеты, язык радио и телевизионная речь [8, с. 544].

**Языковая картина мира** – совокупность знаний об окружающем человека мире, запечатленных в языковой форме.

**Языковая репрезентация** – это представление познаваемого явления с помощью языковых средств; речемыслительное (языковое) действие соотнесения имени и денотата в высказываниях.

**SEO**-**анализ** – метод семантического анализа текста, или проверка на соответствие требованиям поисковых систем.

**ВВЕДЕНИЕ**

В настоящее время Казахстан переживает стадию своего национального возрождения: происходит укрепление национальной идентичности, усиление роли казахского языка как государственного, рост интереса к истории, популяризация культурного достояния республики, возрождение традиций, обычаев и т.д.

Трансформация государственного устройства и политической организации общества требует соответствующего информационного обеспечения, функция которых возложена на медиакоммуникации. Любое событие или явление находит отражение на страницах периодической печати. Средства массовой информации с точки зрения культивирования культурной картины играют важную роль: с одной стороны, они отражают функционируемые в обществе ценности, с другой стороны – наряду с информативной функцией выполняют программирующую и мотивирующую функции. Общеизвестно, что в истории развития общества ценности передавались посредством устного народного творчества, позднее – через классическую литературу, а также религиозные, политические, юридические тексты, печатную прессу и др. Развитие цифровых технологий во второй половине XX и начале XXI века привело к тому, что сегодня ценности (репрезентирующие характерное для сообщества видение мира) в значительной степени транслируются посредством электронно-медийных ресурсов. Именно в медиатекстах зачастую репрезентируются доминантные ценности современного общества и СМИ активно влияют на принятие, либо отрицание обществом тех или иных ценностей.

**Актуальность** диссертационного исследования обусловлена рядом факторов:

– трансформации, происходящие во всех сферах казахстанского общества, требуют формирования корпуса ценностей, соответствующих новым реалиям;

– динамично меняющаяся казахстанская действительность является предметом осмысления и оценки в СМИ;

– необходимостью изучения текстов современной казахско- и русскоязычной прессы в плане их влияния на формирование системы ценностей казахстанского общества;

– стремительным и существенным изменением в системе СМИ, переходом из традиционной печатной продукции в электронные ресурсы, а также их возрастающей ролью и функциями воздействия на современное общество;

– анализ результатов ассоциативного эксперимента предоставляет доступ к языковому сознанию как индивида, так и социума в целом, а также дополняет исследования языка прессы.

Следовательно, актуальность настоящей работы предопределяется также привлечением в качестве материала исследования ценностей ОТБАСЫ, КЕЛІСІМ, ОТАНСҮЙГІШТІК в казахскоязычной прессе и СЕМЬЯ, СОГЛАСИЕ, ПАТРИОТИЗМ в русскоязычной прессе, отличающихся высокой частотностью и аксиологичностью, и при проведении ассоциативного эксперимента.

**Теоретико-методологической базой** послужили исследования в следующих направлениях:

а) аксиологическая, экспрессивная и эмотивная проблематика – исследования Ю.Д. Апресяна, Н.Д. Арутюновой, Е. Бартминьского, Е.М. Вольф, С.Г. Воркачева, Ж.А. Джамбаевой, Г.Е. Дюсембиной, Қ.Ө. Есеновой, В.И. Карасика, А.К. Киклевича, Т.В. Маркеловой, Л.Ю. Мирзоевой, В.П. Синячкина, Г.Г. Слышкина, Э.Д. Сулейменовой, В.Н. Телии, З.К. Темиргазиной и др.;

б) язык газеты – труды М.М. Аймагамбетовой, Б.А. Ахатовой, А. Бекхожина, А. Белл, М.Н. Володиной, Т.Г. Добросклонской, Г.Е. Дюсембиной, Л.В. Екшембеевой, И.В. Ерофеевой, Г.Т. Ерсултановой, Қ.Ө. Есеновой, Ф.З. Жақсыбаевой, В.И. Жумагуловой, Е.А. Журавлевой, С. Исаева, Г.К. Ихсангалиевой, М.Ю. Казак, Л.Г. Кайда, Н.И. Клушиной, В.Г. Костомарова, Л.З. Махановой, Б.Я. Мисонжникова, Б.Қ. Момыновой, М.Ш. Мусатаевой, А.А. Мұсабековой, Ш.А. Сабитовой, Г.О. Сейдалиевой, Ф. Сиберт, А.И. Скрипниковой, С.И. Сметаниной, Г.Я. Солганика, А.Т. Таткеновой, Д. Халлин и П. Манчини, Д.Д. Шайбаковой, У. Шрамм и Т. Питерсон и др.

в) использование ассоциативных методик – исследования Е.И. Горошко, Ж.А. Джамбаевой, Н.В. Дмитрюк, А.А. Залевской, Ю.Н. Караулова, Е.Г. Свинчуковой, Е.Ф. Тарасова, Н.В. Уфимцевой и др.

г) проблема воздействия медиапродукта на ценности адресата – Е.Л. Доценко, С.Г. Кара-Мурза, А. Киклевич, В.П. Шейнов, Г. Шиллер и др.

**Объект исследования –** доминантныеценности по данным казахстанской двуязычной прессы: ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, а также полученные в ходе ассоциативного эксперимента ассоциативные реакции респондентов на эти слова-стимулы.

**Предмет исследования** – способы и средства репрезентации доминантных ценностей казахстанского общества в двуязычной прессе и анализ их аксиологической семантики, а также признаки соответствующих ценностей в обыденном сознании казахстанцев.

**Цель диссертации** – выявить особенности и функциональные характеристики доминантных ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ в казахстанской прессе и результатах ассоциативного эксперимента.

Поставленная цель определяет следующие **задачи** исследования:

1) определить роль СМИ как фактора, влияющего на формирование и функционирование ценностей в условиях современного Казахстана;

2) осуществить критический анализ линвистических исследований по ключевым категориям аксиологии: «ценность» и «оценка»;

3) выявить и проанализировать языковые средства, используемые в масс-медиа для репрезентации ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ в казахско- и русскоязычной прессе Казахстана;

4) провести сопоставительный и интерпретационный анализ репрезентантов ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, СОГЛАСИЕ / КЕЛІСІМ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ по данным материалов масс-медиа;

5) провести ассоциативный эксперимент, с целью установления корреляции между ценностями ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, эксплицирующихся в языке прессы и в современном обыденном сознании респондентов. Экспериментальным путем определить основные составляющие ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ.

**Научная новизна исследования** обусловлена тем, что*впервые* в казахстанской лингвистике анализ репрезентации аксиологической семантики в прессе:

– осуществлен на материале медиатекстов казахско- и русскоязычной прессы с вычленением доминантных ценностей казахстанского общества;

– проведен на основе сопоставительного метода и описании функциональных характеристик ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, реализующихся в газетных текстах казахско- и русскоязычной прессы. Предпринята попытка описания фрагмента культурной картины мира современного казахстанского общества путем инвентаризации и функциональной интерпретации этих ценностей, играющих важную роль в межэтническом пространстве Казахстана;

– разработан алгоритм анализа ценностей как один из инструментов лингвистического анализа различных ценностей на примере других пар языков; для дальнейших аксиологических исследований прессы.

– впервые проведен ассоциативный эксперимент с носителями двух языков с целью выявления их обыденного представления о ценностях ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ с последующим сравнительным анализом результатов, полученных на материале СМИ и экспериментальным путем, а также осуществлен анализ ценности ОТБАСЫ на материале проведенного нами ассоциативного эксперимента и данных, зафиксированных в Казахском ассоциативном словаре (2014 г.) в диахроническом аспекте.

**Теоретическая значимость диссертационного исследования** определяется комплексным подходом в изучении ценностей на материале казахстанской прессы. Исследуемые ценности могут способствовать углублению знаний о ценностной картине мира современного общества в условиях двуязычного информационного пространства Казахстана. Настоящее исследование позволяет осмыслить и расширить спектр лингвоаксиологических исследований. Предложенная новая методика изучения ценностей, основанная на эвристической процедуре эксцерпции маркированных ценностей и авторская интерпретация могут быть использованы при проведении дальнейших лингвоаксиологических исследований. Результаты материалов ассоциативного эксперимента могут способствовать более четкому пониманию обыденного сознания респондентов.

**Практическая значимость исследования** состоит в возможности использования материалов исследования при разработке вузовских учебных курсов по следующим дисциплинам: аксиологическая лингвистика, медиалингвистика, социолингвистика, лингвокультурология, этнолингвистика, когнитивная лингвистика. Полученные результаты анализа ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ могут быть применены при проведении дальнейших исследований процессов формирования и трансформации ценностей; для составления словарей (ассоциативных, толковых, словарей-справочников по языку прессы и др.).

**Методы и приемы исследования.** Цельи задачи исследования преодопределяют комплекс методов и приемов исследования фактического материала. В работе использованы общенаучные методы исследования: описательный – при анализе научной литературы и ассоциаций, полученных в ходе ассоциативного эксперимента; сопоставительный – при анализе фактического материала на казахском и русском языках; метод количественных характеристик – с его помощью получены количественные данные по превалированию языковых единиц, репрезентирующих ценности в анализируемых медиатекстах и для определения частотности ассоциаций в процессе проведения ассоциативного эксперимента; экспериментальный – ассоциативный эксперимент как основной метод исследования содержания языкового сознания; а также анализ, синтез, интерпретация и обобщение, классификация и категоризация.

Предлагаемый в настоящей работе алгоритм новой методики изучения ценностей предполагает пошаговое исследование ценностей.

На первом этапе анализа, проводимом методом сплошной выборки, производится поиск ценностей путем ввода в поисковике сайта тега «құндылық» / «ценность».

На втором этапе из полученного корпуса отбираются те контексты, в которых ценность имеет отношение к явлениям социально-политического характера и определяются доминантные ценности посредством метода количественных характеристик.

Третий этап – этап определения функциональных характеристик ценностей и их авторская интерпретация. При анализе отдельных ценностей различаются два аспекта: значение и функциональная характеристика. Первый аспект касается ценности, рассматриваемой с парадигматической, системной точки зрения, т.е. противопоставленной другим ценностям. Второй аспект заключается в том, какие свойства приписываются данной ценности в конкретном контексте.

Кроме того, нами для выявления семантического ядра газетных текстов использован SEO-анализ.

**Материал исследования** составили 1628 контекстов, содержащих лексему *құндылық* / *ценность* (859 – на казахском, 769 – на русском языках), извлеченных целевым поиском из сайтов газет «Егемен Қазақстан» – «Казахстанская правда», «Айқын» – «Литер», «Білімді ел» – «Образованная страна» 2018-2021 годов, что обусловлено, с одной стороны, обращением к текстам, отражающим наиболее важные события новейшей истории. С другой стороны, обращение к данному периоду вызвано необходимостью выявить доминантные ценности в современном казахстанском медиадискурсе. После отбора контекстов примеры были сгруппированы и классифицированы с дальнейшим выявлением доминантных ценностей. На основе полученных данных ценность ОТБАСЫ составила 201 / СЕМЬЯ – 139, КЕЛІСІМ – 39 / СОГЛАСИЕ – 56, ОТАНСҮЙГІШТІК – 31 / ПАТРИОТИЗМ – 34 употреблений. Объем картотеки составил 500 контекстов, избранных в качестве исследования.

С целью подтверждения полученных результатов при анализе фактического материала, извлеченного из периодической печати, нами проведен ассоциативный эксперимент. Эксперимент сосредоточен на исследуемых ценностях. В результате ассоциативного эксперимента получено и проанализировано 959 реакций (ответов респондентов) на слова-стимулы ОТБАСЫ – 157; СЕМЬЯ – 208; КЕЛІСІМ – 109; СОГЛАСИЕ – 165; ОТАНСҮЙГІШТІК – 123; ПАТРИОТИЗМ – 197 ответов-реакций от 100 испытуемых.

Кроме того, фактическим материалом исследования послужили данные словарных статей, дефинирующих анализируемые в диссертации ценности.

**Источниками извлечения фактического материала** послужили онлайн (электронные) версии двуязычной казахстанской прессы: «Егемен Қазақстан» (https://egemen.kz/) – «Казахстанская правда» (https://www.kazpravda.kz/), «Айқын» (https://aikyn.kz/) – «Литер» (https://liter.kz), «Білімді ел» – «Образованная страна» (https://bilimdinews.kz/). Присутствие газет в онлайне расширяет возможности обращения к ним различных аудиторных кластеров. Выбор источников обусловливается рядом оснований: хронологией исследования (использованы номера газет 2018-2021 гг.); типологический статус – это республиканские газеты, занимающие значимое место в системе современной казахстанской периодической печати и медиапространстве, они ориентированы на достаточно представительную аудиторию, что позволяет обращаться к сущностным вопросам репрезентации ценностей; наличие аналогов в казахском и русском языках. В совокупности эти обстоятельства, как мы полагаем, делают исследуемые газеты и их сайты перспективным объектом исследования.

**Апробация диссертации.** Основные положения диссертации представлены автором в докладах и выступлениях на международных научных конференциях в Париже (2018), Нур-Султане (2019), Алматы (2018, 2020, 2021), на научно-методических семинарах докторантов PhD, а также опубликованы в журналах, рекомендованных КОКСОН МОН РК, в зарубежных научных периодических изданиях, в том числе индексируемых в наукометрической базе *Scopus*.

Основное содержание диссертации нашло отражение в 16 научных публикациях:

– *публикации в журналах, индексируемых в международной базе данных Scopus* – 2:

1. Axiological concepts of journalistic texts (lingua-stylistic analysis) // XLinguae. 2020. Vol. 2. – P. 225-234. DOI: 10.18355/XL.2020.13.02.19. Издатель: Slovenska Vzdelavacia a Obstaravacia s.r.o. Q1, в 2019 г. (процентиль по философии 93%, языку и лингвистике 88%, лингвистике и языку 88%) http://xlinguae.eu/files/XLinguae2\_2020\_19.pdf

2. Аксиологический компонент текстовой картины мира (на материале казахстанской прессы) // Przeglad Wschodnioeuporejski. Vol. XI/2. 2020. P. 175-189. URL: http://www.uwm.edu.pl/cbew/2020-11-2/17\_KOZHAKHMETOVA-A.pdf

*– статьи в научных журналах, рекомендованных КОКСОН МОН РК* – 5:

3. Press language as an object of Kazakhstani linguistics // Вестник КазНПУ им. Абая. Серия «Филологические науки». – Алматы, 2018. – Вып. 1 (63). – С. 54-57.

4. Аксиологические исследования в казахстанской лингвистике // Вестник КГУ им. Ш. Уалиханова. Серия ФИЛОЛОГИЧЕСКАЯ. – Кокшетау, 2018. – Вып. 2. – С. 129-134.

5. Language objectivization of the value system as an attribute of human consciousness // Вестник ПГУ. Серия филологическая. – Павлодар, 2018. – Вып. 4. – С. 243-251.

6. Realization of axiological semantics (on the material of the Kazakhstani press) // Вестник КазНУ им. аль-Фараби. Серия филологическая. – Алматы, 2019. – Вып. 3 (175). – С. 113-122. https://doi.org/10.26577/EJPh-2019-3-ph16.

7. Языковые средства и способы реализации аксиологической семантики (на материале казахстанской прессы) // Вестник КазНПУ им. Абая. Серия «Филологические науки». – Алматы, 2020. – Вып. 2 (72). – С. 166-175.

*– статьи в сборниках материалов международных конференций, в том числе зарубежных* – 5:

8. Linguo-Didactic Aspect of Axiology // International conference on New Horizons in Education: материалы междунар. науч.-практ.конф. – Париж, 2018. – С. 1094-1100.

9. О некоторых доминантных ценностях казахстанского общества (на материале казахстанской русскоязычной прессы) // Проблемы поэтики и стиховедения: сб. материалов междунар. науч.-теор. конф., посвящ. 90-летию КазНПУ им. Абая. – Алматы: Ұлағат, КазНПУ им. Абая, 2018. – С. 301-305.

10. Реализация категории оценки в языке казахстанских СМИ // Наука и образование в современном мире: вызовы XXI века: сб. материалов V междунар. науч.-практ. конф. – Нур-Султан, 2019. – С. 17-20.

11. Репрезентация концепта патриотизм в казахстанских СМИ // Компетентностно-коммуникативные основы языковой подготовки будущих педагогов-предметников в полилингвальном образовательном пространстве: материалы междунар. науч.-методич. конф. / под ред. Г.А. Кажигалиевой, А.Д. Маймаковой. – Алматы: ИП «Балауса», 2020. – С. 419-422.

12. Ценность как ключевое понятие аксиологической лингвистики // Проблемы поэтики и стиховедения IX: сб. материалов междунар. науч.-теор. конф.,посвященной 90-летию выдающегося казахского поэта Мукагали Макатаева. – Алматы: Ұлағат, КазНПУ им. Абая, 2021. – С. 196-199.

*– публикации в сборниках научных статей* – 4:

13. Газетный текст как источник фактического материала для лингвистических исследований // Актуальные научные исследования в современном мире: сб. науч. тр. – Украина, 2017. – Вып. 11 (31). Ч. 6. – С. 94-99.

14. Реализация аксиологической семантики в языке казахстанских масс-медиа // LingvLit: науч. альманах. – Алматы: ТОО «КОПИТЕК», 2019. – Вып. 3. – С. 23-28.

15. Axiological component of text in the press language as a means of influence on mass consciousness // Norwegian journal of development of the international science. – Норвегия, 2019. – Вып. 35. – С. 51-54.

16. Вербализация концепта «духовные ценности» в русской языковой картине мира // International science project. – Финляндия, 2020. – Вып. 33. – С. 24-27.

Основные положения диссертации также обсуждены на семинарах Летней школы «Social Humanitarian Knowledge in the Epoch of Innovations» (8-22 июля 2018 г., г. Пиештяны, Словакия).

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1. СМИ являются важнейшим фактором формирования ценностей и оценки социума как обусловленных аксиологической картиной мира человека феноменов и, соответственно, связанных с представлением об ориентирах и моделях поведения человека в социуме. Соответственно семантическое (в частности аксиологическое) профилирование современных медиатекстов позволяет рассматривать СМИ в качестве ретрансляторов «умонастроения» общества, поскольку, с одной стороны, они апеллируют к традиционным ценностям социума, с другой – активно участвуют в формировании новых в условиях роста национального самосознания.

2. Доминантными ценностями современного полиэтнического и полиязычного казахстанского общества являются ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, о чем позволяет судить их центральное место в аксиологическом пространстве масс-медиа РК: выявленное на основе SEO-анализа из 1628 контекстов, содержащих лексему *құндылық* / *ценность* (859 – на казахском, 769 – на русском языках): ОТБАСЫ - 201 / СЕМЬЯ – 139; КЕЛІСІМ – 39 / СОГЛАСИЕ – 56; ОТАНСҮЙГІШТІК – 31 / ПАТРИОТИЗМ – 34 употреблений.

3. Сопоставительный анализ 500 репрезентантов ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ позволяет выявить и исследовать в них общие и специфические черты. Совпадения в казахском и русском языков этих ценностей обусловлены не только их общечеловеческим характером, но и общей внеязыковой действительностью, единой государственной идеологией и адресованностью к общей аудитории, а специфические черты – этнокультурными особенностями и национальным менталитетом.

4. Ассоциативный эксперимент выявляет особенности представления ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ в обыденном сознании казахстанцев. Если в прессе эти ценности имеют ярко выраженную идеологическую нагрузку, то в сознании респондентов, как показывают полученные реакции, они в целом лишены этой окраски и являются жизненно важными, взаимосвязанными и взаимообусловленными.

**Структура работы.** Диссертация состоит из списка определений, обозначений, Введения, двух разделов, Заключения, Списка использованных источников и Приложений.

Во Введении обозначена актуальность исследования, сформулированы цели и задачи, определены объект и предмет исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования.

В первом разделе, состоящем из трех подразделов, представлена краткая история становления казахской печати, освещаются проблемы функционирования двуязычной прессы в медиапространстве Казахстана, рассматривается роль СМИ в современном казахстанском обществе, проводится анализ степени изученности основных категорий аксиологии (оценка и ценность) в современной лингвистике сквозь призму основных достижений европейских, отечественных и зарубежных ученых.

Во втором разделе выявлены доминантные ценности современного казахстанского общества в языке прессы. Представлена попытка изложить собственную интерпретацию фактического материала посредством анализа функциональных характеристик ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, приведены результаты проведенного анализа, а также обсуждаются результаты ассоциативного эксперимента с этими словами-стимулами.

В заключительной части работы сформулированы основные результаты исследования.

Список использованных источников состоит из 190 наименований, в том числе ссылок на словари.

Приложения включают в себя фрагменты контекстов, содержащих рассматриваемые ценности.

Для наглядности и достоверности результатов исследования представлены таблицы и диаграммы. В работе имеются материалы, посвященные интерпретации результатов ассоциативного эксперимента.

**1 АКСИОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОЙ КАЗАХСТАНСКОЙ ПРЕССЫ**

**1.1 Казахстанская пресса: от истории к современному состоянию**

В период с 1870 г. по 1917 гг. на национальном языке, хотя и небольшим тиражом, издавались такие газеты и журналы: «Түркістан уалаятының газеті», «Дала уалаятының газеті», «Қазақстан», «Айқап», «Қазақ», которые были ориентированы на жизнь казахской степи, быт, культуру, обычаи и традиции казахов. Газета «Түркістан уалаятының газеті» является исторически первым казахскоязычным изданием в казахской периодической печати. Газета была основана в 1870 году в городе Ташкенте и выходила еженедельно поочередно на казахском и узбекском языках до 1833 г.

Второй хронологически была газета «Дала уалаятының газеті», издававшаяся в городе Омске с 1888 г. по 1902 г. В начале ХХ в. казахская печать пополняется новыми изданиями, среди которых газета «Серке» (1907) М. Дулатова, общественно-политический журнал «Айқап» (1911-1915) М. Сералина, газета «Қазақстан» (1911-1915) Е. Буйрина и др. Плеяду видных общественных и политических деятелей того времени составили А. Байтурсынов, М. Дулатов, А. Бокейханов, Ж. Акпаев, Ж. Аймауытов, М. Жумабаев, М. Тынышбаев и другие, чьи работы могли бы составить антологию казахской печати. Такие периодические издания как «Тұрмыс» (1905), «Еркін қазақ», «Алаш» (1916), «Бірлік туы» (1917), «Сарыарқа» (1917), «Абай» (1918), «Жас азамат» (1918), «Ақ жол» (1920), «Шолпан» (1923), «Сана» (1923), «Темір қазық» (1923) внесли весомый вклад в развитие казахской журналистики. Основатель газеты «Қазақ» А. Байтурсынов очень емко охарактеризовал предназначение газеты и ее функции: во-первых, газета является глазами, ушами, языком народа ..., во-вторых, газета выступает средством служения народу ... образованные, интеллигенция, начитанные люди через газету предстают перед народом, указывают им правильный путь, направляют. В-третьих, газета – распространитель знаний народу ...» [9, с. 10]. Общенародная газета «Қазақ» давала правдивую оценку происходящим событиям в казахской степи, газету можно охарактеризовать как энциклопедическое издание того времени.

В дореволюционный период язык периодической печати не смог полностью сформироваться самостоятельно со свойственными публицистическому стилю нормами и языковыми средствами. Одной из причин является отсутствие опыта издания газет и журналов, нехватка грамотных журналистов, новизна газетного дела и др. Ввиду тесной связи казахов с соседними народами (узбеками, башкирами и др.) первые газеты чаще всего выступали как переводческие органы. Поэтому в первых казахских газетах не учтены орфографические особенности, порядок слов в предложении, не прослеживается языковая норма и т.п. Отсутствие языковой нормы – результат влияния других языков или разговорной речи. Казахский язык испытывал неизбежное влияние и русского языка, и в периодической печати наблюдаются отдельные его вкрапления.

После 1917 года начинают выходить в свет газеты «Лениншіл жас», «Білім және еңбек», «Социалистік Қазақстан» и другие, уже сами названия говорят о направленности изданий.

В годы Великой Отечественной войны в казахской прессе публикуются статьи с патриотическими лозунгами, содержащие пропаганду дружбы братских народов, освещающие социалистическое соревнование за усиление помощи фронту, на страницах изданий размещается военная корреспонденция и т.п.

Начиная с 60-70-х гг. ХХ века язык печати становится объектом исследования в работах таких ученых, как С. Исаев [10], Б. Әбілқасымов [11], Н.В. Қарашева [12], А.М. Алдашева [13], Б.Қ. Момынова [14] и др. Исследования публицистического стиля казахской периодической печати ученых-лингвистов посвящены как дореволюционному периоду, так и советскому.

Особого внимания заслуживает книга Х. Бекхожина «Қазақ баспасөзі тарихының очеркі (1860-1958)», в которой автор пишет о возникновении казахской периодической печати и основных этапах ее развития, начиная с середины XIX века до 60-х годов XX века. По утверждению автора, казахская периодическая печать начала формироваться после вхождения Казахстана в состав России в XIX веке. Дальнейшее свое развитие казахская периодическая печать получает под влиянием русского языка, Российской империи, затем советской власти. Все это время казахская печать с достоинством выполняла возложенные на нее обязанности [15].

Расцвет казахской периодической печати приходится на 60-80-е годы прошлого столетия, когда стали выходить такие газеты и журналы, как «Қазақ әдебиеті», «Жалын», «Жұлдыз», «Ара» и др. Не можем оставить без внимания сравнительно длительный период в истории казахской печати – время правления Советской власти. Этот период характеризуется как пора формирования и становления казахских изданий в плане лексики, стандартизации стилистики и грамматики и т.д. Вопреки проводимой властями политике русификации, выдающиеся казахские ученые-языковеды (М. Балақаев, С. Исаев, Т. Қордабаев и др.) прикладывали все усилия, чтобы сохранить чистоту языка и развить казахское языкознание. Казахская периодическая печать того времени переживает процесс вхождения исконно казахских слов в язык газеты, но под влиянием русского языка значение этих слов либо расширялось, либо сужалось из-за калькирования или перевода. Такой процесс словообразования на материале родного языка в последующие годы будет только развиваться. Многие русские слова, изначально закрепившись в публицистическом стиле, постепенно вошли в художественный стиль. В казахской периодической печати нашли отражение не только русские слова, но и слова, пришедшие из арабского, иранского и др. языков.

Периодическая печать в Казахстане развивается вместе с обществом и событиями, происходящими в нем. С обретением независимости, сменой эпохи, социально-политической системой, изменением системы ценностей и установок общества на страницах печати начинают публиковаться статьи, посвященные теме независимости, необходимости возрождения исконно национальных традиций, проблеме функционирования государственного языка, культуре и т.д.

Таким образом, казахская печать имеет свою историю и традицию исследования. По мере развития общества, проведения реформы политической системы государства меняются и приоритеты исполнительных функций СМИ, тематика публикуемых материалов заметно расширяется, обновляется язык прессы, появляются новые независимые СМИ.

СМИ традиционно подразделяются на: аудиовизуальные – радиовещание, телевидение и др.; печатные – газеты, журналы, иные издания; электронные – Интернет, сотовая связь и др.

По состоянию на 19 октября 2020 г. в Казахстане зарегистрировано 4597 СМИ, из которых 3432 (74,6 %) составляют периодические печатные издания, 175 (3,8 %) – телеканалы, 74 (1,6 %) – радио, 660 (13 %) – информационные агентства и сетевые издания (395 – ИЯ, 265 – СИ). Иностранные ТВ – 256 (5,5 %). Наиболее многочисленная группа – печатные издания – 3432 единицы от общего количества зарегистрированных СМИ, из них газет – 2134 (46,4 %) и журналов – 1298 (28,2 %). Чаще всего в СМИ используются казахский и русский языки – 1773 (38,5 %) СМИ, только русский язык – 898 (19,5 %), только казахский язык – 581 (12,6 %), на трех языках и более (*в т.ч. на других языках*) – 1345 (29,2 %) [16] (рисунок 1).

Рисунок 1 – Процентное соотношение СМИ в Республике Казахстан

За тридцать лет существования независимого Казахстана сформировался определенный рынок СМИ со своими национальными особенностями. Одной из отличительных особенностей медиапространства нашей страны является сосуществование казахско- и русскоязычных СМИ. Казахскоязычная аудитория – это особая среда, русскоязычные издания – это другая среда, для обоих сфер актуальны те или иные темы. Если в первые годы обретения независимости казахскоязычные СМИ были под влиянием русскоязычных, то в настоящее время в казахскоязычных СМИ республики по содержательной части, остроте освещаемых вопросов, тематике и др. можно наблюдать прогресс, в том числе, и по количеству вовлекаемой аудитории. Тем не менее, современная русскоязычная пресса, безусловно, является неотъемлемой частью общественно-политического и медийного дискурса республики и ее можно назвать полноценным членом общего масс-медийного пространства страны. В нашей стране существуют два информационных мира: казахскоязычный и русскоязычный. Каждый из них живет своей жизнью. А их периодическое соприкосновение может происходить при обсуждении общих острых тем в том или ином сегменте. Есть, конечно, обзоры казахскоязычных публикаций, рассчитанные на русскоязычных читателей, но в силу известных причин они не могут отразить всю палитру мнений в этих СМИ. Что интересно, казахская часть аудитории в силу тех же объективных и субъективных причин знает, что пишут и говорят на русском языке, тогда как подавляющая часть русскоязычных читателей не имеет представления о том, какие темы и проблемы освещают казахскоязычные издания, каким тенденциям они подвержены [16]. Зная реальную языковую ситуацию в стране, вряд ли, можно утверждать, что русскоязычная часть населения стала читать прессу на казахском языке. Исходя из этого, эта ситуация остается актуальной и сегодня.

В казахскоязычном сегменте и соцсетях наряду с политическими событиями много внимания уделяется вопросам культивирования и защиты национальных ценностей, доминированию казахского языка, акцентированию внимания на негативных сторонах истории советского периода, поколенческим связям, в целом казахскоязычную прессу волнуют вопросы национального характера и национальных приоритетов. Русскоязычным СМИ не свойственно поднимать подобные темы, им больше присуще освещение политики и социально-экономических вопросов, а также заимствование материалов для публикации из российских изданий. Из этого следует, что казахскоязычная пресса публикует контент, представляющий интерес для казахскоязычной аудитории, а русскоязычная пресса дает информацию и формирует мнение всего казахстанского общества.

Исходя из количественных данных, представленных на рисунке 1, можно сделать вывод, что основное общеказахстанское информационное пространство составляют прежде всего русскоязычные СМИ (898 (19,5 %)), а казахскоязычные СМИ занимают особую нишу в этом информационном пространстве (581 (12,6 %)). Однако в силу демографической динамики растет естественный спрос на контент на казахском языке.

В современном мире наблюдается ситуация, когда предпочтение аудитории по отношению к печатным изданиям отдается их аналогам в интернете. Как отмечает В.Г. Костомаров, «нынешняя техногенная эпоха подарила людям чудесную возможность хранить знания не только в письме и чтении, но и более естественно, наглядно и красочно. Аудио-видеозаписи, кино и телевидение, мобильная телефония, компьютер, и особенно интернет коренным образом меняют исторически сложившееся языковое существование людей» [17, с. 139]. Печатное издание, являясь продуктом общества, подвергается воздействию всех его факторов, включая и техническое, инновационное. Со все большим распространением и доступностью интернета электронные издания дублируют периодические печатные (оффлайновые) версии. Во многих развитых странах уже несколько десятилетий отмечается устойчивое снижение тиражей печатных изданий. Интерес к e-media, а не к печатной прессе объясняется следующими факторами: доминирование сети интернет; высокая скорость передачи данных; доступность; мультимедийность и т.д. Кроме того, немаловажное значение имеют возможность загрузки номера газеты в PDF формате с сайта; функция подписки на электронный вариант через электронную почту; наличие подкастов в аудиоформате, что весьма удобно при пересылке в социальных сетях. С развитием информационных технологий, газеты стали приобретать аудиовизуальную форму, в результате чего возникло понятие «электронная газета». Под электронной газетой понимаются периодические печатные издания, представленные на экране и адаптированные для отображения в веб-пространстве. Электронная и бумажная версия газеты имеют свои нюансы, в частности технического характера, в сущностном соотношении они тождественны, так как их основа – текстуальное пространство – остается инвариантной. По Б.Я. Мисонжникову, электронные издания – «результат очень длительной эволюции, осуществленной в рамках той же системы, в которую включены и бумажные издания» [18, с. 31].

Бумажные версии газет различаются по масштабам (национальные, республиканские, региональные, городские, районные); характеру и уровню (молодежные и детские); учредителю (официальные и неофициальные, государственные и негосударственные); содержательному наполнению (качественная и массовая) и др. Под «качественной» прессой понимаются «издания, характеризующиеся высоким журналистским и полиграфическим уровнем, рассчитанные на определенную аудиторию, имеющие своей целью формирование информационной инфраструктуры, широкое информирование читателей о ситуациях в сфере предпринимательства, о мире политики, экономики, бизнеса. Как правило, это пресса мнений, оперативно сообщающая и глубоко анализирующая факты и события» [19, с. 97]. Аудитория «качественной» прессы принадлежит к высшему и среднему классу, это люди, управляющие страной, связанные с государственной службой, прежде всего чиновники и госслужащие. Издания каждого типа имеют своего читателя и свой стандарт в преподнесении информации.

В нашем исследовании рассмотрены электронные версии газет «качественной» прессы. Выбор данных изданий, а именно «Егемен Қазақстан» – «Казахстанская правда»; «Айқын» – «Литер»; «Білімді ел» – «Образованная страна», детерминирован их значимостью в системе современной казахстанской периодической печати и медиапространстве, а также наличием аналогов в казахском и русском языках, поскольку республика представляет собой билингвальное сообщество. Система ценностей, которую отражают те ли иные СМИ, определяется еще и социальной средой, в которой происходит коммуникация между автором и адресатом. Одним из общепризнанных показателей эффективности СМИ является объем аудитории, которую СМИ охватывает для информационного воздействия. Эти издания считаются респектабельными, республиканского масштаба, у которых охват аудитории и индекс влиятельности достаточно высок. Представим краткую характеристику исследуемых газет.

1) «Егемен Қазақстан» – «Казахстанская правда» – общенациональные газеты Казахстана, одни из авторитетнейших источников официальной и деловой информации в республике. Газеты «Егемен Қазақстан» – «Казахстанская правда» считаются высокотиражными консервативными изданиями с устоявшимися традициями. На страницах газет печатается информация, касающаяся духовно-нравственных ценностей, политической, экономической и культурной жизни республики и др. Газеты пользуются безусловным авторитетом среди читающей и думающей аудитории.

2) «Айқын» – «Литер» – республиканские общественно-политические газеты (свежие новости о политике, экономике, образовании в Казахстане и др.). Газеты относятся к тем общественно-политическим газетам, которые занимают устойчивые позиции в рейтинге по тиражу и популярности, что позволяет подтвердить оперативность и полноту отражения ими событий, происходящих в обществе.

3) «Білімді ел» – «Образованная страна» – республиканские образовательные общественно-политические газеты, являющиеся рупором педагогической общественности, грамотных и интеллигентных людей. Газеты освещают вопросы, касающиеся обновления содержания образования, развития государственного языка, формирования культурных и духовных ценностей, воспитание патриотизма, формирования здорового образа жизни и другие направления. Для образовательной системы современного Казахстана вопрос об образовании и о направлении развития и приоритетах отечественной системы образования особенно актуален. Данные по рассматриваемым газетам представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Сведения по газетам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название газеты | Год основания | Статус | Время перехода на электронный формат |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| *Егемен Қазақстан*  С 17.12.1919 г. издавалась под названием «Ұшқын», в 1920 г. переименована в «Еңбек туы», в 1921 г.в «Еңбекші қазақ», в 1932 г. в «Социалды Қазақстан», в 1991 г. в «Егеменді Қазақстан», в 1993 г. в «Егемен Қазақстан» | 1919 г. | Общенациональная, официальная, ежедневная газета | 2010 г. |

Продолжение таблицы 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| *Казахстанская правда*  С 01.01.1920 г. издавалась под названием «Известия Киргизского края», в 1932 г. переименована в «Казахстанская правда» | 1920 г. |  |  |
| *Айқын* | 03 марта 2004 г. | Общественно-политическая газета | 2013 г. |
| *Литер* |
| *Білімді ел* | 2014 г. | Республиканская образовательная общественно-политическая газета | 2014 г. |
| *Образованная страна* |

Большая часть тематики материалов рассматриваемых газет освещает политические и социальные события. Темы, вокруг которых структурируется содержание газет, вербализуются в названиях рубрик (таблица 2):

Таблица 2 – Рубрикация материалов в исследуемых газетах

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Егемен Қазақстан | Казахстанская правда | Айқын | Литер | Білімді ел | Образованная страна |
| Саясат  Рухани жаңғыру  Экономика  Дижитал  Зерде  Қоғам  Білім  Жансарай  Ресми  Жарнама  Дидар | Президент  Политика  Экономика  Происшествия  Общество  Технологии  Культура  Спорт  Мир | Жаңалықтар  Экономика  Саясат  Әлеумет  Жаһан  Мәдением  Спорт  Сұхбат  Таным | Новости Казахстана  Политика  Экономика  Эксклюзив  Nur Otan  Сюжеты  Спорт | Интервью  Ретроскоп  Bilim TV  К знаниям онлайн  Онлайн интервью  Елорда білімі | |

Таким образом, формирование нового медиапространства Казахстана связано с экономическими и историческими событиями, в частности с распадом СССР и переходом из одного государственного устройства в другой. Вследствие этого, на протяжении тридцати лет независимости республика создает свою национальную информационную среду. Одной из современных особенностей СМИ становится трансформация медиаландшафта, а именно, переход на электронный формат, как способ подачи материала. Следует отметить, что современные информационные технологии, такие как телевидение, Интернет, радио, не являются носителями ценностей, а служат лишь транслятором определенных идей. Официальные газеты в Казахстане играют роль «социального зеркала», генерируют смыслы. Газетный текст не просто отражает события, а интерпретирует их в фокусе редакции, представляет массовому читателю через призму определенных культурных, духовно-нравственных и общественно-политических ценностей, при этом казахско- и русскоязычная прессы имеют свою специфику в отборе и подаче контента. По мнению И.В. Ерофеевой, деятельность СМИ аксиологична, она направлена на рассмотрение системы взглядов на мир, структурированных согласно определенной совокупности ценностей [20, с. 132]. Масс-медиа рассматриваются как один из важных факторов в укреплении единства общества, поскольку разнородный этнический состав населения республики, сложившийся в силу различных исторических событий, представляет определенную сложность, так как у каждой народности свое стереотипное восприятие мира, свой язык, вероисповедание, интересы и ценности и т.д. Делая вывод из вышесказанного, СМИ можно охарактеризовать как носитель духовных и идеологических идей и взглядов.

**1.2 Язык прессы как объект лингвистических исследований**

Жизнь современного человека невозможно представить без ежедневного получения огромного массива информации и обмена ею с другими людьми. Информация окружает нас всюду, она даже управляет нами. Источниками информации традиционно считаются средства массовой информации. СМИ являются ключевыми институтами современного общества, важнейшим фактором формирования общественного мнения, затрагивающим если не все, то большинство сфер его жизни (политику, культуру, социум, экономику, образование, спорт и др.). З.К. Ахметжанова отмечает, что сейчас, в первую очередь, интерес представляет сфера массовой коммуникации (телевидение, радио, газета), нежели сфера художественной литературы [21, с. 4].

Язык СМИ состоит из языка прессы (Х. Бекхожин, С. Исаев и др.); языка радио (С.И. Бернштейн, А.А. Саар и др.); языка телевидения (Б.В. Кривенко, О.А. Лаптева, С.В. Светаева и др.); языка газеты (Қ.Ө. Есенова, В.Г. Костомаров, Б. Момынова, Г.Я. Солганик и др.); языка интернет-текстов (О.В. Дедова, Л.Ф. Компанцева и др.). Соответственно, язык СМИ по своей природе гибриден: он является одновременно и устным, и письменным. Журналистский текст трудно сегодня представить без изображения, не только статичного, но и видео. Процесс гибридизации в медиа набирает обороты. Такие сегменты, как почта, телекоммуникация, спутниковая связь и другие ранее не входили в сферу СМИ, выступая лишь трансляторами между журналистским текстом и аудиторией. Однако на сегодняшний день мы можем наблюдать как они становятся неотъемлемыми компонентами СМИ.

Частью понятия СМИ выступает термин «пресса», который считается одним из наиболее распространенных и исторически самым ранним видом масс-медиа. Пресса представляет определенный интерес для журналистов, политологов, социологов, а также филологов. В последние годы наблюдается интенсификация роста количества исследований языка прессы. В российском и зарубежном языкознании данной проблемой занимаются А. Белл, Т.Г. Добросклонская, И.В. Ерофеева, М.Ю. Казак, Л.Г. Кайда, Н.И. Клушина, В.Г. Костомаров, Ф. Сиберт, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик, Д. Халлин и П. Манчини, У. Шрамм и Т. Питерсон и др.; в казахстанском – М.М. Аймагамбетова, Г.Т. Ерсултанова, Қ.Ө. Есенова, В.И. Жумагулова, Е.А. Журавлева, Г.К. Ихсангалиева, М.Ш. Мусатаева, Ш.А. Сабитова, А.И. Скрипникова и др. М.М. Аймагамбетовой исследовано функционирование трансформированных фразеологических единиц в заголовках газет и новостных сайтов казахстанских средств массовой коммуникации [22]; Диссертация Г.Т. Ерсултановой посвящена исследованию языковой личности в публицистическом дискурсе на материале современной казахской печати [23]; Қ.Ө. Есеновой исследован прагматический потенциал современного медиатекста на материале казахской периодической печати [24]; изучению сатиры и юмора в русскоязычной прессе Казахстана посвящена докторская диссертация В.И. Жумагуловой [25]; Е.А. Журавлева рассматривает способы семантизации лексики в газетном тексте на материале казахстанской прессы 1988-1998 гг. [26]; Г.К. Ихсангалиевой проведен функционально-прагматический анализ газетных заголовков на материале казахстанских газет и телепрограмм [27]; Л.З. Махановой описаны языковые средства выражения толерантности в текстах масс-медиа [28]; А.А. Мұсабековой проанализированы языковые средства выражения экспрессии и эмоции в современной казахской публицистике [29]; Ш.А. Сабитова рассматривает репрезентацию фрагментов миросозерцания в светском газетном дискурсе Республики Казахстан [30]; лингвопрагматические особенности стереотипов в периодической печати исследованы в работе Г.О. Сейдалиевой [31] и многое другое.

Функциональным стилем, соответствующим языку прессы, является публицистический стиль, что можно представить наглядно (рисунок 2).

Рисунок 2 – Место прессы в системе публицистического стиля

В наиболее полном объеме публицистический стиль находит свое приложение в общественно-политической литературе, периодической печати (газетах, журналах и др.) и т.д., публикуемые с фокусом на заданные политико-идеологические установки.

Публицистический стиль определяется как «функциональная разновидность литературного языка, обслуживающая широкую сферу общественных отношений: политических, экономических, культурных, спортивных, повседневного быта и др.» [32, с. 399]. В Толковом словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой публицистика определяется как «литература по актуальным общественно-политическим вопросам современности, текущей жизни общества» [33, с. 630].

Интерес представляет определение публицистического стиля, данное исследователем Е.С. Щелкуновой: «публицистический текст – связанный знаковый комплекс, сориентированный на взаимодействие автора и массовой аудитории для обмена актуальной социальной информацией, представлениями, мнениями и максимально актуализирующий потенциал текстовой динамики» [34, с. 118].

Таким образом, публицистический стиль – один из важнейших стилей современности, широко применяемый для передачи информации, служащий в качестве инструмента воздействия на людей посредством периодической печати (газеты, журналы и др.). Так как основной областью употребления публицистического стиля являются газеты, этот стиль еще называют газетно-публицистическим.

Язык СМИ часто подвергается критике, однако отрицать его возрастающее влияние на общество невозможно. Статус языка СМИ определяется исследователями по-разному. Так, Т.Г. Добросклонская считает, что «язык СМИ – это, во-первых, весь корпус текстов, производимых и распространяемых средствами массовой информации; во-вторых, – это устойчивая внутриязыковая система, характеризующаяся определенным набором лингвостилистических свойств и признаков; и наконец, в-третьих, – это особая знаковая система смешанного типа с определенным соотношением вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическим для каждого из средств массовой информации: печати, радио, телевидения, интернета» [35, с. 18-19].

М.Ю. Казак акцентирует внимание на трех позициях относительно языка СМИ: 1) язык СМИ тождествен публицистическому стилю; 2) язык СМИ состоит из нескольких стилевых образований (книжно-письменных, письменно-разговорных, устно-книжных, устно-разговорных); 3) язык СМИ является самостоятельным функциональным стилем [36, с. 128].

По мнению М.Н. Володиной, язык СМИ социален и имеет собственные формы выражения, которые структурируют наше восприятие, создают новые значения, как вербально, так и визуально [37, с. 46].

Из этих дефиниций следует, что язык СМИ представляет собой социально ориентированную систему с собственными вербальными и аудиовизуальными формами выражения. Изменения, происходящие в языке СМИ и языке прессы как его части, можно сравнить с зеркалом, в котором мгновенно отражается все происходящее в стране и мире. В функции журналиста как субъекта деятельности входит не только познание объектов реальной действительности, но и выявление их значений, т.е. журналист осуществляет мыслительную операцию отнесения объекта к ценности. На всех этапах создания текста (появление идеи → сбор информации → построение концепции будущего материала → отражение ее в языке → корректировка написанного) журналист находится в ситуации ценностного осмысления объекта своей деятельности.

Базовым компонентом языка СМИ является язык газеты. Интерес к изучению сущности языка газет наблюдается еще в начале ХХ века. Советский лингвист Г.О. Винокур в 1925 г. обратил внимание на неразработанность изучения механизмов лингвостилистической природы газеты, в то время как политическая функция газеты была ясна каждому [38, с. 166]. Идеи Г.О. Винокура находят свое дальнейшее развитие в работах Г.Я. Солганика. Понятие «язык газет» Г.Я. Солганик соотносит с публицистическим стилем, рассматривая как его особую функционально-стилистическую разновидность. Многочисленные серьезные труды В.Г. Костомарова посвящены изучению языка газет [19; 39]. Т.Г. Добросклонская, М.Ю. Казак и др. также рассматривают «язык газет» как базовый компонент языка СМИ.

Первоначально изучение языка в сфере масс-медиа не было отдельной отраслью языкознания, оно осуществлялось в рамках синтаксиса, стилистики, социолингвистики, лингвистической прагматики и т.д. С появлением новых вызовов современности, в частности с развитием информационной и технологической составляющими, возникает необходимость комплексного подхода к анализу и изучению языка СМИ, что способствовало формированию нового направления в лингвистике – медиалингвистики.

Объектом исследования медиалингвистики выступает медиатекст. Термин «медиатекст» появился в конце ХХ в. в англоязычной научной литературе (А. Белл, Т. ван Дейк, М. Монтгомери и др.), он охватывает тексты, связанные с радио, телевидением, интернетом и т.д. В российском языкознании медиатекст как базовое понятие медиалингвистики впервые становится объектом исследования в работах Т.Г. Добросклонской, которая понимает его как «диалектическое единство языковых и медийных признаков, представляющее собой многослойное, многоуровневое явление» [40, с. 269]. М.Ю. Казак определяет медиатекст как «многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях» [41, с. 30-41]. Из этих определений можно сделать вывод, что медиатекст является многоуровневым явлением со своей системой параметров: по способу создания (авторский, коллективный); форме воспроизведения (устный, письменный); каналу распространения (радио, телевидение, интернет и т.д.).

В нынешних условиях СМИ остаются одним из основных каналов коммуникации между властью и обществом, индикаторами нового мышления и общественного сознания, важнейшим медиаинструментарием координации общественной жизни. Особенностью СМИ является то, то они предоставляют читателю возможность якобы самостоятельно давать оценку тем или иным событиям, отражаемым в газетах, журналах, на телевидении, в сети интернет и др. К основным характеристикам современной газеты относятся активная, открытая оценочно-воздействующая направленность газетного текста, смысловая неоднозначность, ориентация на разные типы адресата, повышение роли оценочного компонента и др. Воздействие на читателя происходит путем отбора специальных языковых средств, имеющих оценочный характер. Журналист обращается к понятному для аудитории языку и разными средствами создает какой-либо экспрессивный эффект в тексте. Он выражает иронию, экспрессию, оценку и т.д., и таким образом имплицитно воздействуя на читателя, формирует у него определенную точку зрения. Ввиду ограниченности объема газетного текста публицисту приходится тщательно отбирать языковые средства и таким образом их преобразовывать, чтобы наиболее продуктивно воздействовать на читателя, комментируя сообщаемое и давая ему собственную оценку [42, с. 28].

Эмотивная и оценочная лексика является одним из традиционных манипулятивных приемов. Обращенность газетного текста к бесчисленной и разнородной по составу аудитории базируется на принципах отбора речевых средств с учетом их социально-оценочного характера. Языковое манипулирование в СМИ располагает различными приемами. Одним из эффективных приемов можно считать передачу оценочного высказывания, которое «навязано» текстом и незаметно внушается адресату. СМИ не просто номинируют предметы и явления, но и дают им оценку в эксплицитной или имплицитной форме, прежде всего социальную, таким образом, тексты СМИ открыто / скрыто стремятся к воздействию на читателя.

Оценочность как стилевую черту публицистического стиля рассматривают в своих работах А.Г. Бозбаева [43], Қ.Ө. Есенова, Г.Е. Дюсембина [44], Ф.З. Жақсыбаева [45], Л.Г. Кайда [46], Н.Т. Клушина [47], М.А. Кормилицына [48], Б. Момынова [49], Д.Д. Шайбакова [50] и др.

Известным исследователем в области языка газеты Г.Я. Солгаником разработана теория «социальной оценочности», согласно которой использование языковых средств, имеющих «социальную оценочность», важно для газетно-публицистического стиля. Так как многие вопросы, освещаемые в газетах, имеют политическое содержание и окраску, с целью формирования в обществе определенного отношения к происходящим политическим событиям, идеологическим реалиям и, соответственно, эффективного воздействия на массовую аудиторию [51, с. 26-28]. В таком же аспекте трактуется оценочность и в работе Б. Момыновой: газет тілінде бағалауыштық лексика болуы әлеуметтік себептермен, сөздердің идеологиялануымен қатар бейтарап сөздер және газет тілі қатарын түзетін лексикалық элементтер бар [49, с. 225].

В отличие от социальной оценочности, М.А. Кормилицына утверждает, что эмоциональная оценочность выступает основной тональностью письменных публицистических текстов [48, с. 219].

В последние годы в обществе наблюдается кардинальная «смена власти»: основным (и эффективнейшим!) источником влияния на социум, массовое и общественное сознание становятся информационные сети, а их основным инструментом – технологии манипулирования. Принимая во внимание происходящие в мире события, можно утверждать, что медиатексты представляют собой основной ресурс, с помощью которого можно изменять ценностные ориентиры, идеологические приоритеты. Авторы Словаря социолингвистических терминов Э.Д. Сулейменова и др. так же отмечают, что СМИ как *Субъект языкового планирования* оказывают значительное влияние на процессы *Кодификации языка, Нормализации* языка, способствуют распространению *Идеологии, Языковой идеологии* [6, с. 67]. Они выступают катализатором процессов в формировании новой системы ценностей казахстанцев.

Кроме того, языку масс-медиа присущи несколько функций (информационная, образовательная, социализации и др.). Одним из первых на функциональный аспект СМИ обратил внимание Г. Лассуэлл в 1948 г., выделивший три базовые функции СМИ: these are the surveillance of the environment; function interprets and makes a response; the transmission function educates on society's values (наблюдение за окружающей средой; функция интерпретации; функция передачи ценностей общества – *Перевод наш*. – *А.К*.) [52, с. 45-50]. Известный казахский лингвист С. Исаев пишет, что «... оған орай тілдің негізгі қызметтерін ойды хабарлау мақсатына қарай үшке бөліп қарауға болады. Ол: қатынасуға байланысты жалпы коммуникативтік қызметі, әсер етуге байланысты коммуникативтік-эстетикалық қызметі, хабарлауға байланысты нақты коммуникативтік қызметі» [53, с. 472].

Многие исследователи в области публицистического стиля в качестве основных выделяют 2 функции: воздействующую и информационную (М.П. Брандэс, Б.А. Зильберт, С.В. Ильясова, Г.Я. Солганик, Е.С. Щелкунова и др.).

С.В. Ильясова отмечает, что воздействующая (убеждение) функция газеты становится важнейшей, вытесняя все остальные (например, информирование), что, в свою очередь, усиливает оценочность речи. Вследствие чего средства массовой информации трансформируются в средства массового воздействия [54, с. 11].

Б.А. Зильберт считает, что наряду с функцией сообщения значимое место занимает функция воздействия (с точки зрения источника информации наибольшую значимость имеет именно эта функция). В области СМИ подразумевается прежде всего воздействие на общественное мнение и сознание. Взаимодействие любого канала массовой коммуникации (и прессы в частности) и общественного мнения предстает как единый процесс социального регулирования [55].

Поскольку, воздействие осуществляется на языковом уровне, то, соответственно, оно тесно связано с понятием речевого воздействия. Термин «речевое воздействие» близок к понятию перлокуции, которым оперирует Дж. Остин [56].

Р. Блакар в своей статье «Язык как инструмент социальной власти» рассуждает о категории речевого воздействия. Главный тезис Р. Блакара сводится к тому, что выразиться «нейтрально» невозможно. Даже кажущиеся синонимичные выражения могут воздействовать на получателя совершенно по-разному [57, с. 91].

Технологии речевого воздействия на сегодняшний день разработаны настолько мощно, что они могут реально и существенно влиять на общественное сознание. В современном мире люди постоянно испытывают влияние речевого воздействия, которое оказывается на них извне, либо они сами выступают субъектами речевого воздействия. Пресса и СМИ в целом оказывают прямое и / или непрямое влияние на все социально-политические процессы в обществе, при этом воздействие может быть как открытым, явным, так и завуалированным.

Основными инструментами СМИ в этом направлении являются суггестия и манипуляция. Манипулятивные особенности СМИ отмечает Н.И. Клушина, говоря, что в ХХ веке «на смену пропаганде пришло умелое завуалированное манипулирование массовым сознанием» [47, с. 98]. Манипулирование общественным сознанием – самая животрепещущая, острая и актуальная проблема политики, экономики, общества.

Современная традиция исследования понятия «манипуляция» заложена в психологии, социологии, политологии, позже данное понятие стало объектом исследований и в лингвистике (Б.Н. Бессонов, В.П. Даниленко, Е.Л. Доценко, М.Р. Желтухина, С.Г. Кара-Мурза, Л. Прото, И.А. Стернин, Х. Харрис, П. Хофер, В.П. Шейнов и др.). С лингвистической точки зрения манипулятивное воздействие рассматривается сквозь призму языкового воплощения механизмов манипуляции.

При обращении к этимологии слова «манипуляция» находим, что ей присущи ручной характер при выполнении действий-манипуляций, наличие ловкости, сноровки. Еще одно значение слова «манипуляция» восходит к Древнему Риму, где *манипулой* называли основное тактическое подразделение римских легионов, соответственно, солдат подразделения называли *manipulares*. Становится очевидным, что семантика слова еще в древности имела значение, связанное с управлением людьми. На сегодняшний день под манипуляцией в основном понимается способ / прием воздействия на людей.

Несмотря на большое количество работ по проблеме манипуляции, не существует единого общепризнанного определения данного понятия и имеются различные мнения о его содержании. В.П. Шейнов рассматривает манипуляцию как «скрытое управление человеком против его воли, приносящее инициатору односторонние преимущества» [58, с. 9]; известный американский ученый в области СМИ Герберт Шиллер определяет манипуляцию как «средство социального контроля и управления» [59]. Как указывает ученый М.Ш. Мусатаева: «Медиасреда представляет собой искусственно созданную социальную реальность, в которой методами манипулятивного воздействия на массовое сознание осуществляется программирование определенных мнений и желаний, ориентированное не на отдельного индивида, а на общество в целом. В результате формируется общественное мнение, представляющее систему отражения социально-психологических тенденций в современном обществе, и его изучение в качестве объекта позволяет установить состояние социальной действительности и ее отражение в психике субъектов» [60, с. 99].

Нетрудно заметить, что многие формулировки имеют смысловые оттенки из области психологии, соответственно манипуляцию можно определить как психолингвистический процесс. Ученые-языковеды А.А. Данилова, Г.А. Копнина, К.Ф. Седов, И.А. Стернин и др. рассматривают манипуляцию (или речевое (языковое) манипулирование) как разновидность речевого воздействия. На первый взгляд понятия «манипуляция» и «речевое воздействие» кажутся тождественными, однако между ними имеются определенные различия. Воздействие шире, так как любая манипуляция имеет эффект воздействия, но не всякое воздействие может быть манипуляцией. По мнению И.А. Стернина, отличительным признаком манипуляции и речевого воздействия является сознательность или бессознательность со стороны адресата. При совершении акта речевого воздействия на человека путем убеждения оказывается давление сознательно принять какую-либо точку зрения, решение о каком-либо действии. В то время как при манипулировании воздействие оказывается на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение и т.д., неосознанно или вопреки его собственному мнению, намерению [61, с. 66-67]. Становится очевидным, что манипуляция носит завуалированный характер воздействия. При имплицитном воздействии адресату, как правило, трудно распознать истинные намерения адресанта и защитить себя от подобных операций, поскольку манипулятору удается искусно скрыть их посредством разнообразных отвлекающих маневров. Г.А. Копнина указывает на то, что сущностью манипулятивного воздействия является принятие ответственности за совершаемые действия адресатом, причем так, что у него создается иллюзия свободы в принятии решения [62, с. 21].

Манипулятор в персуазивных целях активно использует определенные стратегии, приемы и способы манипуляции. В теории манипуляции существует немалое количество классификаций приемов манипуляции, последние из которых чрезвычайно разнообразны. В.И. Карасик выделяет три основных приема манипуляции: псевдоаргументация, имитация авторитетности и имитация силы [63, с.67]; В.Н. Базылев отмечает сверхобобщение, расширение, атрибуцию, приведение примера [64, с.65-71]; Ноам Хомский: 1) отвлечение внимания; 2) создать проблему – предложить решение; 3) стратегия постепенности; 4) стратегия откладывания; 5) сюсюканье с народом; 6) больше эмоций, чем размышлений; 7) держать людей в невежестве и посредственности; 8) побуждать массы увлекаться посредственностью; 9) усиливать чувство вины; 10) знать о людях больше, чем они о себе [65].

В.И. Карасик в книге «Язык социального статуса» пишет, что Р. Блакар делает акцент на различные экспрессивные возможности языка в целях направленного воздействия на адресата, в частности: 1) выбор слов и выражений, референциально одинаковых, но прагматически относящихся к различным мировосприятиям и системам ценностей (так, если убийство называется «трагедией», а не «преступлением», значит с преступников снимается вина); 2) создание новых слов и выражений, например, luxurious bomb shelter – «роскошное бомбоубежище»; 3) выбор грамматических форм – использование грамматической пассивной конструкции с целью маскировки агенса; 4) выбор последовательностей в характеристике (сравните: «дорогое, хотя и эффективное средство» и «эффективное, хотя и дорогое средство»); 5) использование супрасегментных средств – эмфаза, тон (серьезный, ироничный, безучастный и т.д.); 6) выбор имплицитных оснований (сравните: Everything is politics. – I refuse to discuss it because it is politics. – «Все есть политика» и «Я отказываюсь это обсуждать, потому что это – политика») [66, с. 128-129].

Таким образом, фактуальная информация может быть подана частично, тенденциозно, фрагментарно, выборочно. Манипуляция – это форма искажения языковой картины мира адресата с помощью возможностей, предоставляемых языковыми механизмами. В разных дискурсах состав средств манипуляции и принципы их выделения существенно отличаются, что зависит от назначения и особенностей соответствующей сферы общения [67, с. 91-99].

Одним из способов манипуляции является суггестия (внушение). Суггестивное воздействие достигается на уровне эмоционального внушения. Направление суггестивной лингвистики разрабатывается рядом лингвистов: А.К. Киклевич [68; 69], Е.А. Потехина [68], М.Р. Желтухина [70], И.Ю. Черепанова [71] и др. Ученые А.К. Киклевич, Е.А. Потехина говорят о том, что внушение «основывается на иррациональном, неаргументированном воздействии одного субъекта (суггестора) на другого (суггеренда) или группу субъектов, а также на некритическом восприятии сообщения, отсутствии его адекватного понимания, логического анализа его содержательной структуры» [68, с. 115].

Потенциальная эффективность внушения основана на манипуляции вниманием реципиента, которое должно быть сосредоточено на отдельных объектах или идеях. Данная психологическая особенность суггестии обусловливает выбор и аранжировку определенных языковых средств. Манипуляция вниманием слушающего при внушении осуществляется по принципу дублирования компонентов сообщения (А.К. Киклевич, Е.А. Потехина), который способствует появлению дополнительной семантики. Так, «в условиях, когда степень повторяемости в содержании единиц одного и того же синтагматического ряда превышает норму, коммуникативно значимым становится сам факт дублирования компонентов сообщения» [там же].

На подбор определенных языковых средств (слова, предложения, тексты) для достижения суггестивного эффекта указывает и В.Н. Базылев [72, с. 134-135].

Один из исследователей, работающих в русле суггестивной лингвистики, И.Ю. Черепанова выделяет следующие ее положения: «1. Язык в целом рассматривается как явление суггестивное, поэтому основное внимание уделяется изучению коммуникативно-волюнтативной (манипулятивной) функции языка. 2. Единицей анализа является текст в широком смысле слова. 3. Суггестивная лингвистика по предмету своего исследования динамична (изучает и моделирует процессы), по методам – комплексна, междисциплинарна. 4. Языковая суггестия вероятностна по своей природе, ориентирована на преодоление существующих в каждом синхронном срезе языка норм. 5. Методологическая основа суггестивной лингвистики: вербальная мифологизация и универсальный, интегративный, диалектический метод познания, описания и обучения» [71, с. 12-13].

М.Р. Желтухина в своей фундаментальной работе, посвященной суггестивности масс-медиального дискурса, исследует свойства, функции и механизм образования тропов как воздействия на адресата, в том числе суггестивного. Воздейственность, суггестивность тропов коррелирует с такими специфическими характеристиками масс-медиального дискурса, как оценочность / эмоциональность, инсценированность и др., которые выступают маркерами реализации [70, с. 5-6].

Таким образом, целенаправленное изучение этой «пионерской» области знания, могло бы оказать существенную помощь в более обстоятельном изучении воздействующей функции языка СМИ.

Если прием манипуляции основан на тайном / скрытом воздействии, осуществляемом без ведома реципиента, то убеждение, напротив, происходит в открытой форме и основано на том, чтобы реципиент или группа лиц сознательно приняли предлагаемую точку зрения, дали свое согласие. Процесс убеждения более похож на дискуссию и обсуждение.

Убеждение – это воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному мышлению, «то есть человеку, до которого доведена некая информация, прямо или косвенно предлагается: осмыслить ее; критично подойдя к ней, отобрать существенное, истинное, отбросить ложное; определенным образом систематизировать воспринятое; выработать суждение, высказать либо оставить при себе оценку; в зависимости от результатов прохождения перечисленных этапов принять решение и т.д.» [73, с. 65-66].

А.В. Голоднов под персуазивностью понимает «способ воздействия адресанта на ментальную сферу реципиента (его мнения и оценки) с целью регулирования поведения реципиента в интересах адресанта» [74, с. 8].

В концепции С.С. Борисовой существует три блока частных стратегий убеждения: 1) ценностный (убеждение с помощью средств оценки и апелляция к ценностям реципиента); 2) рациональный (убеждение через логику и побуждение к размышлению); 3) эмоциональный (убеждение в целях вызвать у аудитории желание согласиться с точкой зрения автора) [75].

К одному из эффективнейших приемов воздействия можно отнести фасцинацию, которая не только привлекает внимание читателя, но и развлекает его. Фасцинация реализуется с помощью нарушения общепринятых языковых норм. Например:

(1) *Кажлый вложился по возможностям: за супругом числилась 31-метровая* ***«однушка»*** *в одном из микрорайонов этого города, Валентина владела 46,9 квадратами полезной площади в другом микрорайоне* («Казахстанская правда», 14 октября 2020)

*«Однушка»* – однокомнатная квартира.

(2) *По тем временам джинсовый костюм – шикарный* ***прикид****, у единиц были джинсы, у большинства же – или старая форма, или кто чем богат, как говорится. И тут я весь такой нарядный заявляюсь* («Казахстанская правда», 06 ноября 2020)

Лексическая единица, которая имеет регистровые «отклонения» приобретает способность выражать оценку. К разговорному слою лексики относится лексическая единица *прикид* – молодежный сленг, который означает модную одежду.

Особый эффект имеет фасцинация при использовании в заголовках газет.

(3) *Ввозили громко,* ***«сливают»*** *тихо?* («Казахстанская правда», 05 марта 2020)

Позиция автора отражена в заголовке: *сливать* – становится оценочной лексической единицей в контексте, за счет того, что единица неформального общения использована в официальном контексте и таким образом приобретает оценочный смысл, идея которого избавиться от ненужного. В статье речь идет о ввозе в республику автомобилей из-за рубежа и проблемы их документального оформления.

Таким образом, язык средств массовой информации представляет собой социально ориентированную систему с собственными вербальными и аудиовизуальными формами выражения. Публицистический текст является одним из основных средств вербализации ценностей и изучение медиатекстов является платформой для формирования представления о том, как реальность вокруг нас конструируется и репрезентируется. К основным характеристикам современной газеты относятся активная, открытая оценочно-воздействующая направленность газетного текста, смысловая неоднозначность, ориентация на разные типы адресата, повышение роли оценочного компонента и др. Воздействие на читателя происходит путем отбора специальных языковых средств, имеющих оценочный характер. Если изначально СМИ служили средством синтеза, передачи, тиражирования информации, то ввиду современных вызовов они превратились в мощнейшее средство воздействия на массовое сознание и являются одним из фундаментальных социальных институтов.

**1.3 Аксиология и ее основные категории**

Значимость аксиологической проблематики для развития человечества высока, это подчеркивал теоретик аксиологии М.С. Каган, отмечавший, что будущее человечества зависит от ценностей [76, с. 23]. Изучение ценностей как высших ориентиров человеческого общества уходит вглубь истории. Еще в культуре Древней Греции проблема ценностей была темой дебатов философов. Так, Гераклит и Демокрит рассматривали ценности как прекрасное, Сократ и Платон видели в ценностях «высшее благо, дарованное людям»; в эпоху стоицизма Диоген Лаэртский связывал ценности с объективностью, общезначимостью и полезностью, тем самым подчеркивая их социальную значимость. Таким образом, тема аксиологии занимала видное место в трудах античных философов, однако ими не было сформировано собственно учение о ценностях. В Средневековье Августин полагал нецелесообразным разграничение ценностей нравственных, эстетических, интеллектуальных, с одной стороны, и трансцедентных и имманентных –, с другой, и, наоборот, отмечал необходимость противопоставления ценностей высших, божественных и обыденных, мирских.

В эпоху Возрождения Дунс Скот, У. Оккам считали высшими ценности, произвольно установленные Богом, где доминирует гуманистическая составляющая. В эпоху рационализма Ф. Бэкон, Р. Декарт, Б. Спиноза, Г. Лейбниц, Т. Гоббс провозглашают новые ценности, разграничивая их на объективные и субъективные, в которых доминируют разум, свобода воли, практическая польза, наука, прогресс. В период романтизма А. Шефтсбери отмечал неразрывность ценности с понятием прекрасного, призванного служить счастью человека; Д. Юм считал альтруистические, социальные чувства (благожелательность, милосердие и т.д.) важными ценностями жизни и культуры. В немецкой классической философии И. Кант («Основы метафизики нравственности») дифференцировал ценности как абсолютные и относительные, высшей ценностью и формой культуры считал моральное совершенство человека и человечества, эта категория абсолютна и устанавливается разумом в качестве всеобщих нравственных законов; по Гегелю абсолютной ценностью является культура, выступающая «имманентным моментом» абсолютного; Баденская школа (Р. Лотце, Г. Риккерт, В. Виндельбанд и др.) рассматривают ценность как самостоятельную философскую категорию. Понимание аксиологии формируется в глубинах античной науки, однако ее выделение как отдельной отрасли философского знания произошло благодаря трудам немецких философов: И. Канта, Г. Гегеля, Р. Лотце и др. Свое дальнейшее развитие аксиология как неотъемлемая часть языка получит в ХХ веке.

В начале ХХ века (1902 г.) французским философом П. Лапи в научный обиход введен термин *аксиология*, вытеснивший конкурентный термин *тимология*, введенный в то же время представителем австрийской психологической школы И. Крейбигом. В 1904 году Э. фон Гартман для именования раздела философии, исследующего ценности использовал термин аксиология [77]. Таким образом, аксиология изучает природу ценностей, их характеристики, их место в реальности, структуру и иерархию ценностного мира, способы его познания и его онтологический статус, а также природу и специфику ценностных суждений [2, с. 731].

XXI век ознаменован утверждением интегративного подхода в изучении системы ценностей, которая отличается мультипарадигмальным характером и, соответственно, исследуется не только в рамках философии, а становится объектом изучения психологии, экономики, политологии, педагогики, лингвистики, а также целого ряда других социально-гуманитарных дисциплин. Об экспансии аксиологии в лингвистику можно судить по дефиниции из словаря новых иностранных слов, где помимо философской трактовки, приводится и лингвистическая: «А. – раздел социологии языка, изучающий систему оценок естественных языков и их элементов» [78, с. 4]. Многочисленные исследования лингвистов убедительно показывают, что ценности имеют свойство объективироваться в языке.

Одним из первых ученых-языковедов, обративших внимание на аксиологический аспект, был Ш. Балли, интуитивно понимавший, какую жизненно важную роль играет способность человека оценивать (положительно или отрицательно) для функционирования языка. Ш. Балли выявил тесную взаимосвязь между оценочными суждениями и выражением эмоций, так как, по его мнению, ценностные суждения отличаются от логических, потому что в некоторой степени они всегда эмоциональны и никогда не являются полностью интеллектуальными продуктами. Ш. Балли ввел понятия мелиоративной и пейоративной оценки [79].

В 1962 г. британский лингвист С. Ульман в своей работе «Semantics: An Introduction to the Science of Meaning» указал на различие между оценочной коннотацией и денотацией. В его понимании некоторые слова могут содержать оценочную характеристику, которая доминирует над их основным значением. Вместе с тем существуют слова, основная функция которых – выразить оценочное суждение или вызвать эмоции. Это относится к таким прилагательным, как *хороший, храбрый, забавный, глупый, ужасный* и их антонимам. Эмоциональный элемент выступает одновременно как слой, проходящий через смысл и являющийся семантическим ядром [80].

Бернар Потье, занимающийся общей семантикой, полагает, что аксиологический фактор как специфическая модальность может быть включен в ряд основных семантико-грамматических категорий, таких как (время, вид, модальность и т.д.) [81].

Связь между когнитивной теорией и аксиологией исследована в работах зарубежных ученых, в частности Т. Кшешовски, М. Фелисес Лаго и Мария Энрикета Кортес де лос Риос, П. Пауэлс и Анн-Мари Симон-Вандерберген, А. Волонтуй и др.

Исследование когнитивно-аксиологической лингвистики инициировано и разработано в трудах польского лингвиста Кшешовски, в дальнейшем его идеи развиваются бельгийскими учеными П. Пауэлс и Анн-Мари Симон-Вандерберген. Лингвист приводит доказательства того, что аксиологический параметр играет гораздо более важную роль в структуре значения, нежели это признавалось ранее. Кшешовски не только представил ключевые принципы этой новой точки зрения, но также указал на доминирующую функцию, которую ценности выполняют в структуре понятий. Согласно его подходу, большая часть понятий относится к миру нематериального, соответственно, они являются продуктом когнитивных процессов человеческой концептуализации. Такие концепты как *любовь, дружба, традиция, материнство* и многие другие, включая собственно ценностные, не могут существовать вне опыта человека, и зависимы от осмысления их человеком [82, с. 24]. По аксиологическому принципу Кшешовски, слова имеют свойство быть аксиологически наполненными «хорошими» или «плохими» коннотациями в соответствии со степенью участия человеческого фактора, имеющего отношение к ним [83, с. 150]. Для ученого многие лексические элементы имеют большой аксиологический вес, и этот вес семантически релевантен. Здесь особую важность представляет уровень опыта человека, который служит первым шагом в построении иерархии ценностей и влияет на то, как ситуации оцениваются людьми.

Концепция «семантического дифференциала» Ч. Осгуд, Дж. Сучи и Перси Х. Танненбаум демонстрирует то, что ценности могут выполнять доминирующую функцию в структуре понятий [84].

По мнению Х. Сухецки, эмоции являются основными факторами, определяющими информацию [85, с. 83-110].

Однако это фундаментальное открытие когнитивной психологии было проигнорировано предыдущими поколениями лингвистов [82, с. 24]. Лингвисты, начиная с соссюровских традиций, выступали с некоторыми формальными заявлениями о денотативной роли аксиологического компонента во многих лексических единицах языка, однако никакой конкретной теории в тот период не было сформулировано.

В ХХ веке с развитием антропоцентрической парадигмы происходит эволюция языковедческих воззрений, что предопределило появление новой научной лингвистической парадигмы – аксиологической лингвистики. Разумеется, ее возникновение было подготовлено рядом предпосылок и фоновыми знаниями в форме постулатов, вопросов и идей, отраженных в работах известных классиков и основоположников теоретического языкознания, таких как Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, Т.В. Маркелова, В.Н. Телия, З.К. Темиргазина и др. Исследователи не использовали в своих трудах само понятие «аксиологическая лингвистика» в его современной трактовке, однако их вклад в формирование рассматриваемого направления нельзя недооценить в плане лингвистического анализа аксиологических категорий «ценность» и «оценка».

По определению Ж.А. Джамбаевой, аксиологическая лингвистика – сфера междисциплинарного знания, предметом которой является воплощение ценностей в языковом сознании и коммуникативном поведении реципиентов [1, с. 30]. По мнению Е.Ф. Серебренниковой и др., важнейшей исследовательской задачей аксиологически ориентированной лингвистики является определение методологии и технологии в изучении содержания внутреннего мира языковой личности (дискурс, что представляется возможным в рамках парадигмы Человек – Язык – Мир) [86, с. 19]. Таким образом, предметом изучения аксиологической лингвистики является репрезентация ценностей, а целью – их изучение сквозь призму языка.

Российское научное сообщество в области исследования аксиологической лингвистики имеет несколько направлений. Ведущим центром, занимающимся систематизацией и популяризацией фундаментальных знаний по аксиологической лингвистике, является Волгоградская аксиологическая школа, под руководством профессора В.И. Карасика. В рамках школы функционирует научно-исследовательская лаборатория «Аксиологическая лингвистика», изучающая язык сквозь призму нерасторжимого комплекса «язык – человек – ценностное сознание – культура». Данное направление разрабатывается такими выдающимися учеными, как В.И. Карасик, Е.В. Бабаева, Г.Г. Слышкин, А.Н. Усачева и др. Учеными описаны способы отражения в языке различных ценностей.

Значимая роль принадлежит Иркутской школе, в рамках которой осуществлена разработка понятийно-категориального аппарата для описания ценностей любого порядка, а не только культурных доминант. В 2011 г. группой лингвистов Иркутского университета выпущена коллективная монография, синтезирующая теоретические и методологические основы лингвоаксиологии на материале межкультурной коммуникации [86].

Ученые Московской психолингвистической школы занимаются анализом общечеловеческих ценностей и антиценностей. Видными представителями данной школы и исследователями ценностей / антиценностей являются А.Н. Архангельский, В.П. Синячкин, В.С. Степин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева и др.

Предпосылками для развития аксиологической лингвистики в Казахстане послужили труды казахстанских языковедов З.К. Темиргазиной, З.Х. Ибадильдиной, Л.Ю. Мирзоевой, Ж.А. Джамбаевой, Қ.О. Есеновой, Г.Е. Дюсембиной и др. В обзорной статье М.Ш. Мусатаевой, А.С. Кожахметовой обозначены основные достижения аксиологической лингвистики в Казахстане [87].

Особо следует отметить весомый вклад профессора З.К. Темиргазиной: в первую очередь диссертационное исследование и одноименная монография «Оценочные высказывания в русском языке» [88] и ряд других изданий [89-91]. Одной из главных особенностей концепции З.К. Темиргазиной является определение категории оценочности как смысловой основы субъективной модальности. В работах З.К. Темиргазиной большое внимание уделяется описанию оценочных предложений с точки зрения синтаксического подхода, исследовательница аргументированно доказывает значимость синтаксического способа как основного языкового способа выражения оценки, наряду с лексическим.

Л.Ю. Мирзоева в своих ранних работах также обращается к синтаксическим единицам, выражающим персуазивную оценку, позже Л.Ю. Мирзоева в диссертационном исследовании проводит исторический экскурс в диахроническую эволюцию категории оценки с XVII до XX века, рассматривая ее как отражение трансформации языковой картины мира [92].

В ряду исследований нового периода можно выделить учебное пособие Қ.Ө. Есеновой, Г.Е. Дюсембиной «Лингвоаксиология (қазақ баспасөз материалдары негізінде)», которое посвящено анализу основных концептов политического дискурса на материале казахской периодической печати [44]. Репрезентация аксиологической семантики в казахстанском социуме на материале казахстанской прессы также освещается в работе М.Ш. Мусатаевой [93].

В настоящее время аксиологическая лингвистика в Казахстане представлена разнообразной палитрой научных проблем, описанных в работах ученых по следующим аспектам:

а) *оценочный* (М.Ж. Аренова, Г.Е. Дюсембина, Ф.З. Жақсыбаева, Л.Ю. Мирзоева, З.К. Темиргазина, Д.Б. Токтамысова, Г.А. Тусипбекова и др.);

б) *лингвокогнитивный* (Г.М. Далабаева, Ж.А. Джамбаева, Қ.Ө. Есенова, М.Ш. Мусатаева, Г.О. Сейдалиева, А.И. Скрипникова и др.). Г.М. Далабаевой рассмотрены ценностные концепты в типологически разных языках [94]; в докторской диссертации Ж.А. Джамбаевой представлен эксперимент, проведенный с целью выявления аксиологических стереотипов в восприятии концептов «человек», «семья», «ребенок» представителями разных этносов, проживающих в Казахстане. Эти концепты являются важнейшей сферой в жизни каждого человека. По результатам исследования набор этих стереотипов подтверждается как положительный, следовательно, они имеют ценность и актуальность для представителей исследуемых этносов [95]. Г.Е. Дюсембина исследует медиатексты в казахской периодической печати, выделяет базовые концепты, характерные для казахстанского политического сознания («билік», «халық», «Елбасы») [96];

в) *сопоставительный* подход на материале следующих языков: 1) русского и казахского: З.Х. Ибадильдина [97], М.К. Каирова [98], А.А. Кияшева [99]; 2) русского и английского И.А. Мячина [100]; 3) русского и немецкого: Г.О. Азылбекова [101]; 4) французского и казахского: А.Т. Бақытов [102]; 5) английского, казахского и русского: С.Б. Изакова [103], А.С. Скрипникова в своей диссертационной работе рассматривает аксиологический компонент, который имплицитно реализуется при вербализации концептов на газетном материале русского, казахского и английского языков [104].

г) *функционально-прагматический* (М.Б. Амалбекова [105], Б.С. Жонкешов [106], Б.С. Жумагулова [107], А.А. Мұсабекова [29], К.С. Сарышова [108], Д.Б. Токтамысова [109] и др.). Публицистические тексты, содержащие элементы аксиологического наполнения, рассмотрены в статьях Г.Е. Абдикеримовой [110], А.С. Кожахметовой [111];

д) *лингводидактический* (М.Ш. Мусатаева, А.С. Кожахметова, А.С. Нусупбекова, Г.А. Каутова и др.). М.Ш. Мусатаева предлагает авторскую методику изучения языковых средств и текстов, содержащих в своей семантике аксиологический компонент, с опорой на таксономию Блума, включающую органично связанные между собой уровни: *знание, понимание, применение, анализ, синтез* и *оценка* [112].

Проведенный обзор работ казахстанских лингвистов по проблемам изучения аксиологически маркированных единиц выявил, что в казахстанском языкознании преобладают исследования, проведенные в сопоставительном аспекте. Возможно, такая отличительная черта обусловлена многокультурной средой в республике. Примечательно, что, работы, выполненные на казахском языке, охватывают материал только одного языка (казахского).

Аксиологический аспект исследования языка предполагает выяснение того, что является ценным для человека и как эти ценности находят свое отражение в лексической системе языка. Это обстоятельство порождает востребованность нового типа словаря – аксиологического. Подобные словари дадут возможность современной лексикографии расширить свои границы за счет формирования аксиологической лексикографии, занимающейся словарным описанием ценностей и антиценностей.

Впервые попытка создания аксиологического словаря предпринята польскими учеными в 1985 году. Составителями словаря выдвинута гипотеза: существует аксиологическое «ядро», состоящее из особо значимых ценностей современной польской культуры. Основу «Польского аксиологического словаря» составляет «канон» – это набор ценностей и руководящих идей, характерный для данной культуры и структурированный наподобие поля по биполярной или даже много полярной «оси», определяемой некоторыми центральными ценностями [113, с. 38-44].

Основателем Люблинской этнолингвистической школы Е. Бартминьским составлен список ценностей для аксиологического минимума. В результате проведенного опроса выявлены следующие 23 доминантные ценности польской культуры: 1) любовь; 2) патриотизм; 3) честность; 4) справедливость; 5) свобода; 6) честь; 7) дружба; 8) смелость; 9) материальные ценности; 10) моральные ценности; 11) деньги; 12) работа; 13) правда; 14) мораль; 15) достоинство; 16) семья; 17) правдивость; 18 терпимость; 19) вера; 20) усердие; 21) добро; 22) гостеприимство; 23) ответственность [114, с. 21-44]. В последующие года под редакцией Е. Бартминьского издана серия трудов «Аксиологического лексикона славян и их соседей», посвященных основным аксиологическим единицам – ценностям [115].

Польская традиция изучения ценностей в лексикографии, в частности в составлении аксиологических словарей, находит свое отражение и в других языках.

К базовым ценностям носителей русской культуры относятся 68 ценностей: 1) агрессия; 2) бедность; 3) бездуховность; 4) беззаконие; 5) безопасность; 6) безответственность; 7) безработица; 8) болезнь; 9) вера; 10) взяточничество; 11) власть; 12) внимание к людям; 13) война; 14) вырождение; 15) глупость; 16) доверие; 17) долг; 18) достаток; 19) дружба; 20) жестокость; 21) зависть; 22) загрязнение; 23) законность; 24) здоровье; 25) известность; 26) корысть; 27) лень; 28) любовь; 29) месть; 30) милосердие; 31) мир; 32) могущество; 33) надежда; 34) наркомания и алкоголизм; 35) независимость; 36) непрофессионализм; 37) неудача; 38) обман; 39) образование; 40) одиночество; 41) подлость; 42) покой; 43) порабощение; 44) порядочность; 45) природа; 46) профессионализм; 47) равенство; 48) развитие; 49) разврат; 50) разобщенность; 51) Родина; 52) свобода; 53) святотатство; 54) семья; 55) слабость; 56) смысл жизни; 57) согласие; 58) сотрудничество; 59) справедливость; 60) стабильность; 61) творчество; 62) труд; 63) убеждения; 64) уважение к родителям; 35) удовольствие; 66) успех; 67) хамство; 68) черствость [116].

Согласно исследованию группы казахстанских ученых, проведенному в 2020 году, иерархия личных ценностей казахстанцев выглядит следующим образом: 1) безопасность семьи; 2) уважение родителей и старших; 3) обязанности / долг перед семьей; 4) трудолюбие; 5) порядок в обществе; 6) хорошее образование; 7) помощь ближнему; 8) общение с близкими друзьями, родственниками, коллегами; 9) поддержка друзей, коллектива; 10) равенство / равноправие; 11) социальная справедливость; 12) свобода выбора; 13) традиции; 14) терпимость; 15) жизнь в ладу с самим собой; 16) творчество и самореализация; 17) ответственность перед обществом; 18) рациональность, разумность; 19) обязанность / долг перед обществом; 20) разнообразие мнений; 21) вера в Бога; 22) безупречная репутация; 23) карьера; 24) богатство; 25) высокое положение в обществе; 26) власть [117, с. 39].

Ценности влияют на выбор самых значимых вещей и организуют человеческое поведение. Ценности не всегда связаны друг с другом, но некоторые ценности становятся доминантными в обществе и формируют его, стремятся быть длительными и разделяемыми всеми [42, с. 26]. Общеизвестно, что национальное видение мира, менталитет народа наиболее ярко и четко проявляется в тексте. Круг вопросов, рассматриваемых в рамках лингвоаксиологии, предоставляет возможности для выявления и объяснения специфики языковой картины мира и отличительных черт национального менталитета. Картина мира состоит из групповых и личностных ценностей, которые могут трансформироваться в определенную эпоху. Такой сложный феномен, как ценность, предполагает разносторонне, комплексное изучение, с интеграцией различных методов и приемов для получения достоверных результатов (см. подраздел 2.2)

Таким образом, предпосылки развития аксиологии как науки и основные направления лингвоаксиологии можно представить следующим образом (таблица 3).

Таблица 3 –Хронология изучения аксиологии

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Эпоха | Достижения в изучении аксиологии | Исследователи |
| 1 | 2 | 3 |
| VI-V в. до н.э. | Появляется термин «прекрасное». | Гераклит, Демокрит |
| Античность  (V-IV в. до н.э.) | Первая классификация ценностей, составляющих «высшее благо» – «что драгоценное у людей и у богов». | Сократ, Платон |
| Эпоха стоицизма (I-III в. н.э.) | Ценность связана с объективностью, общезначимостью и полезностью. | Диоген Лаэртский и др. |
| Средневековье (IV-V в.) | Необходимость противопоставления ценностей высших, божественных и обыденных, мирских. | Августин |
| Эпоха Возрождения (XIII-XIV в.) | Высшие ценности – произвольные установки со стороны Бога; важными становятся гуманистические ценности (Личность, ее Достоинства и Права, Блага человека и т.д.). | Дунс Скот, У. Оккам |
| Эпоха рационализма (XVII-XVIII в.) | Определение новых ценностей, превыше всего разум, свобода воли, практическая польза, наука, прогресс. Происходит разделение на объективные и субъективные ценности. | Ф. Бэкон, Т. Гоббс, Р. Декарт, Г.В. Лейбниц, Б. Спиноза |
| Эпоха Просвещения  (XVII-XVIII в.) | Ценность блага неразрывна с понятием прекрасного и призвана служить счастью человека. | А. Шефтсбери |
| Немецкая классическая философия (XVIII-XIX в.) | Высшей ценностью и формой культуры является моральное совершенство человека и человечества. Ценности делятся на абсолютные и относительные. | И. Кант и др. |
| Культура обладает «абсолютной ценностью» и выступает «имманентным моментом» абсолютного. | Г. Гегель и др. |
| Баденская школа (XIX в.) | Ценность – самостоятельная философская категория. | В. Виндельбанд, Г. Лотце, Г. Риккерт |
| 1902 г. | Введен термин «аксиология». | П. Лапи |
| 1904 г. | Раздел философии, занимающийся ценностями. | Э. фон Гартман и др. |
| 1916 г. | Ценность – это феномен, которого нет вне направленности на него сознания субъекта. | М. Шелер |

Продолжение таблицы 3

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| Конец XX в. | Аксиологическая лингвистика: расширенное изучение ценностных доминант этноса в рамках «язык – человек – ценностное сознание – культура». | Волгоградская лингвистиченская школа (Е.В. Бабаева, В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин, А.Н. Усачева и др.) |
| Конец XX в. – начало XXI в. | Аксиологическая лингвистика: анализ общечеловеческих ценностей и антиценностей. | Московская психолингвистическая школа (А. Архангельский, В.П. Синячкин, В. Степин, Е.Ф. Тарасов и др.) |
| Казахстанская лингвоаксиология конца ХХ – начала XXI в. | Аксиологическая лингвистика: системное семантико-прагматическое описание оценочных компонентов в лексике, морфологических и синтаксических единиц, отражающих ценностную картину мира. | Ж.А. Джамбаева, Г.Е. Дюсембина, Қ.Ө. Есенова, З.Х. Ибадильдина, Л.Ю. Мирзоева, Э.Д. Сулейменова, З.К. Темиргазина и др. |

Суждения древнегреческих философов и работы их последователей стали предпосылками изучения основных категорий аксиологии на протяжении длительного периода и получили новый импульс в современной лингвистике. Ключевые понятия аксиологической лингвистики – ценность, оценка – тесно связаны между собой. По утверждению С.Ф. Анисимова, аксиология – это одновременно теория ценностей и теория оценок [118, с. 15]. Оценка имеет не меньшую важность, чем ценность для аксиологической лингвистики. Не существует языка, в котором отсутствовало бы представление о хорошем и плохом, о добром и злом, о «белом» и «черном». В основе оценки лежит противопоставление положительного и отрицательного; отношение говорящего к сообщаемому. Способность к оцениванию заложена в самой сущности языка. Имея общечеловеческий характер, оценка является универсальной категорией и более подробно будет рассмотрена в следующем параграфе.

1.3.1 Категория оценки в современных лингвистических теориях

В общефилософском понимании оценкой принято считать суждения о ценности, т.е. значимости предметов и явлений социокультурной среды для человека и общества. К особенностям мышления человека относится оценка, в процессе которой появляется возможность выделения ценностной значимости любых объектов и определения их места в языковой картине мира оценивающего субъекта. Из этого следует, что оценка способствует формированию представления о ценностях, их свойствах и отношениях. При отрицательной оценке ценность становится антиценностью.

Различаются два основных подхода к изучению категории оценки: с точки зрения логики (логическая оценка) и лингвистики (языковая оценка). Оценка в лингвистике заимствована из логики, где она в общем виде определяется как высказывание о ценностях [119, с. 12].

Оценка как отношение субъекта к объекту передается языковыми средствами, следовательно, является частью семантики. При исследовании семантического аспекта языка этот феномен выдвигается на одно из центральных мест в лингвистике. В научной литературе 1970-80-х гг. вопросы значения оценки, свойства языковых оценок, статуса оценки как лингвистической категории, ее онтологической сущности, типов, средств выражения и специфики функционирования нашли отражение в многочисленных фундаментальных исследованиях Н.Д. Арутюновой, Е.М. Вольф, А.А. Ивина, Т.В. Маркеловой, Ч. Стивенсона, В.Н. Телии, З.К. Темиргазиной и др. Этими учеными наиболее полно проанализирована категория оценки в функционально-смысловом аспекте, описана ценностная картина мира и т.д.

В казахском языкознании категория оценки в языке газет становится предметом исследования таких ученых-лингвистов, как А.Г. Бозбаева, Г.Е. Дюсембина, Қ.Ө Есенова, Ф.З. Жақсыбаева, Б.С. Жумагулова, Б.Қ. Момынова, Д.Д. Шайбакова и др. Известный исследователь в области газет Б.Қ. Момынова пишет, что использование оценки как языкового средства в газете дает возможность для оценивания положительных и негативных явлений в обществе с социальных и политических позиций [49, с. 134]. Согласимся с Ф.З. Жақсыбаевой «... жазылатын мақаланын бағалауыш мүмкіндігінің мол болуы – газет беттеріндегі ең басты қажеттіліктерінің бірі [45, с. 87-88].

Исследование явления оценки в зарубежной лингвистике вызывает заметный интерес с конца ХХ века, наблюдается разнообразие терминов, обозначающих языковую категорию оценки, при этом следует понимать, что за разными терминами, соответственно, закреплено и разное значение.

Представители лингвистического подхода системной функциональной лингвистики (Systemic Functional Linguistics (SFL)) М. Халлидей, Дж. Мартин, М. Матиссен рассматривают язык как социальную семиотическую систему, т.е. как ресурс для значения (семантики). М. Халлидей и М. Матиссен используют лексему *appraisal* – «express our appraisal of and attitude towards whoever we are addressing and what we are talking about» (выражение нашей оценки и отношения, к тому к кому мы обращаемся или о ком говорим – *Перевод наш*. – *А.К*. –) [120, с. 29].

В рамках SFL Дж. Мартином разработана теория оценки (Appraisal Theory), суть которой состоит в систематизации языковых ресурсов, используемых говорящим / пишущим для побуждения адресата к оцениванию и объединению участников коммуникации на основе общих ценностей. Согласно Дж. Мартину, appraisal (оценка) трактуется как семантический ресурс, используемый для выражения эмоций, суждений и оценок, а также ресурс для усиления этих оценок [121, с. 145]. Оценка (appraisal) является системой на уровне семантики текста, в которую входят три взаимодействующие подсистемы (рисунок 3):

Рисунок 3 – Составляющие категории оценки по Дж. Мартину

Примечание – Составлен автором на основе источника [122]

Подсистема ATTITUDE (отношение) включает чувства, в том числе эмоциональные реакции, суждения о поведении и оценку вещей, событий, ситуаций, и, в свою очередь, делится на языковые способы выражения: AFFECT (эмоциональный отклик) – ресурсы для выражения чувств; JUDGEMENT (поведение человека) – ресурсы для оценки характера человека; APPRECIATION (оценка объекта) – ресурсы для оценки объектов.

Подсистема ENGAGEMENT (включение) – установление отношений и определение позиции автора к предыдущим высказываниям. Включение состоит из моноглоссии и гетероглосссии – отражение в языке различных способов оценки, концептуализации и восприятия мира.

Подсистема GRADUATION (шкалирование) предполагает классификацию явлений с точки зрения степени их оценивания и состоит из FORCE (сила), которая может усиливать (raise) и ослаблять (lower) отношения, а также FOCUS (фокус), который обостряет или смягчает границы между категориями в контексте неградуируемых предметов [122].

Томпсон и Ханстон употребляют термин *evaluation* – «the broad cover term for the expression of the speaker's or writer's attitude or stance towards, viewpoint on or feelings about the entities or propositions that he or she is talking about. That attitude may relate to certainty or obligation or desirability or any of a number of other sets of values» (широкий термин для выражения отношения или позиции говорящего или пишущего, точки зрения или чувств по отношению к предложениям, о которых он / она говорит. Такое отношение может относиться к определенности, обязательству, желательности или любому из ряда других наборов ценностей ) – *Перевод наш*. – *А.К*. –) [123, с. 5].

Моника Беднарек также использует термин *evaluation* в своем исследовании при изучении взаимосвязи когниции и оценки, а также степени, в которой оценочное значение присуще лексическим элементам, и того, как оно зависит от использования читателем когнитивных фреймов [124, с. 187].

Н.Д. Арутюнова определяет оценку как вид модальности. Заслуга ученого состоит в полной и глубокой характеристике оценки, а также средств ее выражения [125, с. 11].

Е.М. Вольф связывает оценку с прагматическим значением «А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший / плохой» [126, с. 5].

В рамках диссертации не представляется возможным привести все определения категории оценки, а также это не является основной целью нашей работы. В таблице 4 обобщены наиболее значимые, на наш взгляд, определения категории «оценка».

Таблица 4 – Определения понятия «оценка»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Понятие | Автор | Определение |
| 1 | 2 | 3 |
| О | Стилистический энциклопедический словарь русского языка | – «совокупность разноуровневых языковых единиц, объединенных оценочной семантикой и выражающих положительное или отрицательное отношение автора к содержанию речи» [127, с. 139]. |
| Ц  Е  Н  К  А | Л.А. Сергеева | – «мнение о предмете, которое выражает характеристику последнего через соотнесение его с категорией ценности, оценочные слова соотносятся с объектом оценки через понятие ценности, ориентированное на нравственный или эстетический идеал, социальную норму качеств» [5, с. 13]. |
| Н.Н. Болдырев | – «результат пересечения или наложения двух концептуальных систем – буквальную, физическую и ценностную, идеальную, то есть результат переосмысления окружающего мира с позиций ценностных концептов и категорий» [128, с. 205]. |
| Н.Е. Кузнецова | – «процесс и результат определения субъектом степени значимости объекта с учетом способности последнего удовлетворять те или иные потребности и интересы субъекта, то есть определения прагматической значимости объекта» [129, с. 71-79]. |
| Е.С. Ильюшина | – «результат оценочной деятельности индивида, выраженный вербально, то есть закрепленное в высказывании или элементах языковой системы отношение говорящего к предмету речи с точки зрения противопоставления – положительное / отрицательное» [130, с. 24]. |

Продолжение таблицы 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
|  | В.И. Банару | – «аксиологический термин, отражающий результативный аспект процесса установления отношения между субъектом оценки и ее предметом; причем в класс предметов оценки включаются не только ценности, имеющие для субъекта положительную значимость, но и нулевые и отрицательные ценности, что доказывает общую относительность этого понятия» [131, с. 14-18]. |

Категория, требующая упоминания в связи с оценкой – эмоциональность, поскольку оценке присуща стилистическая яркая эмоциональная окраска. Ю.Д. Апресян, Г.Н. Скляревская и другие представители Московской семантической школы изучают оценочную семантику в тесной связи с теорией коннотации и коннотативной семантикой в рамках интегрального описания языка, исследуют оценку в рамках теории лингвистической прагматики, изучающей коммуникативные намерения говорящего [132; 133; 134].

Эмотивно-оценочный словарь русского литературного языка представляет собой достаточно объемный лексический фрагмент: около 1000 существительных со значением лица [135]; около 860 экспрессивных прилагательных русского языка [136]. Особого внимания заслуживает диссертационное исследование М.А. Тихоновой, по результатам которого выпущен мини-словарь оценочной лексики русского языка [137].

М.Р. Желтухина придерживается когнитивного подхода к рассмотрению категории оценки, что предопределило ее трактовку оценки как ментального процесса, заключающегося в сравнении предметов, сопоставлении их свойств, определении роли в жизнедеятельности субъекта и его результатов, закрепляемых в сознании и языке в виде позитивного, негативного и нейтрального отношения [70, с. 223]. Важным в определении М.Р. Желтухиной является указание на связь оценки с операцией сравнения. Большинством исследований в области общей аксиологии отмечается, что в основе оценки лежит именно операция сравнения [138, с. 25; 139, с. 418]. Оценка имманентна когниции.

С.О. Карцевский пишет, что при сравнении мы выражаем свое отношение, «оцениваем», «измеряем», при этом руководствуемся своими чувствами [140, с. 112].

В самой структуре сравнения выделяются элементы, сходные с элементами структуры оценки: сравниваемый предмет, признак по которому сравнивают (основание), и объект, с которым сравнивают. Следует согласиться, что в оценке имплицитно присутствует сравнение, поскольку, оценивая объект, мы вольно или невольно соотносим его с эталоном, даем оценочную номинацию, исходящую из акта сравнения. В этом процессе сравнение выступает как один из инструментов получения аксиологического вывода.

В свете лексикографического описания языковых единиц с оценочным значением следует отметить также и аксиологическую значимость фразеологизмов. Фразеологические единицы выражают положительную оценку (желательную для человека – похвала, восторг, поощрение и др.) или отрицательную (упрек, суждение, пренебрежение, порицание, безразличие и др.).

«Аксиологический татарско-русский фразеологический словарь» Л.К. Байрамовой содержит 2354 татарских фразеологизма с переводом на русский язык. Несомненным достоинством этого словаря является его прагматическая ценность, помогающая адресату правильно интерпретировать аксиологический компонент фразеологической единицы, и, тем самым, произвести на собеседника ожидаемый перлокутивный эффект и достичь коммуникативного успеха [141].

Представим существующие подходы к изучению оценки в таблице 5.

Таблица 5 – Подходы к изучению категории оценка

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Подходы | Сущность подхода | Исследователи |
| 1 | 2 | 3 |
| Функционально-семантический | Изучение системы разноуровневых средств языка, выражающих оценку, от значения к формам выражения. | А.В. Бондарко, А. Вежбицкая, Е.М. Вольф, Т.В. Маркелова, З.К. Темиргазина и др. |
| Функционально-прагматический | Связь оценочного выражения языковых единиц с коннотативным аспектом семантики. Оценка может выражаться посредством метафоры, переносного значения слова, фразеологических единиц и др. | Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, Л.К. Байрамова, В.Г. Гак, Г.Е. Дюсембина, Г.Н. Скляревская, В.Н. Телия, В.И. Шаховский и др. |
| Семиотический (семантико-прагматический) | Учет интралингвистических и экстралингвистических факторов. | Н.Д. Арутюнова, Ч. Стивенсон, В.Н. Телия, и др. |
| Лексикографический | Лексикографическое описание коннотативных компонентов, связанных с оценкой. | Ю.Д. Апресян, Л.К. Байрамова, И.А. Мельчук, Г.Н. Скляревская, М.А. Тихонова, Т.А. Трипольская и др. |
| Психолингвистический | Оценка как оценочный параметр в психологической структуре значения. | Ж.А. Джамбаева, Н.В. Дмитрюк, А.А. Залевская, Е.Ю. Мягкова, Н.В. Уфимцева и др. |

Продолжение таблицы 5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ценностный | Оценка лежит в основе ценностной картины мира, выступает как суждение о ценности. | Ж.А. Джамбаева, Қ.Ө. Есенова, В.И. Карасик, и др. |
| Коммуникативно-прагматический | Оценка как прагматическая категория, связанная с интенциями говорящих и направленная на достижение внеречевой цели. | Е.М. Вольф, Т. ван Дейк, О.С. Иссерс и др. |
| Когнитивный | Оценка как одна из составляющих процесса формирования концептов и категорий, ментальное познавательное отношение между субъектом и объектом когниции. | Н.Н. Болдырев, М.Р. Желтухина, О.К. Ирисханова, Е.С. Кубрякова, А. Меттингер и др. |
| Модальность оценки | Субъект оценки считает, что объект оценки хороший / плохой (предикат). | Л.М. Васильев, Е.М. Вольф, Т.В. Романова и др. |

Категория оценки – явление многогранное, сложное и при рассмотрении его в русле кросс-дисциплинарной науки – аксиологической лингвистики – имеет широкое разнообразие классификаций, разнохарактерных подходов к анализу и множество трактовок. В современном языкознании нет универсальной классификации оценки, невзирая на многообразие ее дефиниций. Существующие классификации, обозначая уникальные свойства оценки, не в полной мере охватывают те или иные аспекты.

Первая наиболее полная классификация оценочных значений разработана Н.Д. Арутюновой, представившей два подхода к их толкованию: широкий и узкий. Критерием этой классификации выступает аспект оценки, или, в терминологии автора, характер основания оценки. Оценка делится на *общеоценочные* (оценка выражается прилагательными «хороший» и «плохой», а также их выразительно-эмоциональными синонимами («прекрасный», «превосходный», «великолепный» и т.п.) и *частнооценочные* – значения могут быть представлены категориями, охватывающими практически все сферы жизни (рисунок 4).

Рисунок 4 – Классификация оценок Н.Д. Арутюновой

Примечание – Составлен автором на основе источника [125, с. 13-14]

Данная классификация активно обсуждалась, дополнялась, расширялась и уточнялась.

Н.Н. Миронова придерживается иной классификации, которая включает следующие виды оценок:

1) аксиологические: этическая, эстетическая, утилитарная, политическая, религиозная, эмоциональная;

2) модальные: необходимость, возможность, долженствование;

3) экзистенциальные;

4) временные;

5) оценки величин;

6) пространственные [142]. Особую важность в рамках нашего исследования представляет категория аксиологических оценок.

Финский логик Г. Фон Вригт классифицирует оценочные конструкции, используя прилагательное *good* (хороший). В его понимании оценки являются «добром» и различаются следующие их виды: а) инструментальные; б) технические; в) медицинские; г) утилитарные; д) гедонистические; е) «добро человека» [143, с. 1-10]. Существенным недостатком этой классификации является то, что философом не даны определения к перечисленным формам *добра*, он лишь ограничивается короткими приблизительными комментариями.

Классификация, предложенная Л.М. Васильевым, предполагает включение собственно-модальных значений в сферу оценочных предикатов (рисунок 5):

Рисунок 5 – Классификация оценок Л.М. Васильева

Примечание – Составлен автором на основе источника [144, с. 55-62]

Таким образом, разнообразие классификаций категории оценки определяется признаками, которые положены в качестве основополагающих. Однако четыре компонента в структуре оценки неизменны. Для осуществления акта оценивания необходимы: 1) объект оценки (т.е. объект, которому будет придана та или иная ценность в широком смысле); 2) субъект оценки (лицо, дающее ту или иную оценку), оценка не существует без субъекта, выносящего оценочное суждение; 3) основание для оценки (позиция или мотивы субъекта при одобрении или неодобрении) и 4) характер оценки [138, с. 21].

Одним из наиболее важных компонентов в структуре оценки является субъект оценки. В качестве субъекта оценки может выступать человек, группа людей или общество. В рамках нашего исследования субъектом оценки выступает журналист, который реализует оценку субъекта, события на основании шкалы, имеющейся в его картине мира. Однако зачастую в языке СМИ не все точки зрения, выражаемые журналистом, принадлежат только ему, они могут разделяться и социумом.

Термин *оценочная шкала* и *шкала ценностей* в лингвистической литературе употребляются как синонимы: «Ценностная парадигма, или оценочная шкала, говорящего социума является определяющей и достаточно устойчивой величиной, формирующей аксиологические ориентиры индивида. Индивидуальные особенности оценочной шкалы проявляются в субъективных вариантах эмотивно-оценочных значений» [145, с. 14]; «Языковая и речевая сфера “хорошего”, “плохого” и “нормы” реализуются соответствующими оценочными признаками, расположенными на “шкале ценностей” в языковой картине мира» [146, с. 77].

Согласно традиционному подходу, оценка измерима в скалярных значениях. Шкала оценок служит средством измерения свойств объекта, выступает системой, в которой объект занимает определенное место в зависимости от характеристик, которыми он обладает (хороший – плохой, умный – глупый и т.д.). Графически шкалу оценок можно изобразить в виде своеобразной оси, на полюсах которой находятся зоны положительного и отрицательного: между ними – зона нейтрального.

положительно → → → → → →→ → → → → → отрицательно

↑

нейтрально (безразлично)

Социологическое понятие «шкала оценок» применительно к языку разработано лингвистами Э. Сепиром, Н.Д. Арутюновой, Е.М. Вольф и др. С точки зрения структуры оценочная шкала имеет два основных аспекта оценки – объективный и субъективный. «Шкала учитывает, с одной стороны, отношение субъекта к объекту оценки (я люблю → очень люблю → не очень люблю → терпеть не могу → ненавижу яблоки), а с другой стороны, – свойства объекта, к которому относится оценка: вкусные → очень вкусные → замечательно вкусные → необыкновенно вкусные → необыкновенно вкусные → не очень вкусные → средние на вкус → так себе на вкус → невкусные → отвратительные на вкус и т.п. яблоки» [147, с. 98].

Согласно М.А. Тихоновой, языковая оценочная шкала имеет сложную структуру и объединяет в себе, связывает между собой интеллектуальную, эмоциональную и речевую деятельность субъекта, системно организуя средства выражения оценки, важнейшим из которых является слово [137].

Академик В.В. Виноградов доказывает, что слово имеет не только грамматическое, лексическое и предметное значения, но также и обладает свойством выражать оценку [148, с. 21].

По мнению Е.М. Вольф, оценка может быть ограничена и меньшими элементами, чем слово, и в то же время может характеризовать и группу слов, и даже целое высказывание [147, с. 6].

Е.М. Вольф [147], Т.В. Маркелова [149], З.К. Темиргазина [88], Л.А. Сергеева [5], М.Ш. Мусатаева, А.С. Кожахметова [150] и др. отмечают представленность языковых средств выражения оценки на разных уровнях языка. Для описания разноуровневых средств выражения оценки Т.В. Маркеловой предложен термин «функционально-семантическое поле оценки», который содержит основные принципы теории функциональной грамматики А.В. Бондарко [151, с. 69].

Таким образом, семантическое свойство оценочности получает выражение на самых разных уровнях лексики, при этом в составе оценочных слов имена прилагательные и наречия составляют самый большой пласт и представлены в первую очередь оппозициями «хорошо / плохо» (качественная оценка), «много / мало» (количественная оценка).

Опираясь на исследования Л.А. Сергеевой, остановимся на основных средствах и способах репрезентации лингвистического аспекта категории оценки, также иллюстрируя собственными примерами из прессы [152, с. 62]:

1. На фонетическом (интонационном) уровне оценка рассматривается по следующим параметрам: интонация, громкость, темп, ритм, паузы и звуковые фонетические процессы (длительность звука, фонетические синтагмы, произношение по слогам и др.) и др.

(4) *Считавшие Человека главной опорой окружающего мира, кочевники превыше всего ставили человеческие качества. Наши предки, собиравшие все свои богатства в душе и сердце (а где еще было их хранить****?!****)* ***(авторский знак)****, сформировали высокие этические и нравственные нормы* («Литер», 20 апреля 2019)

(5) *Студенты КазНАУ подготовили для гостей праздничную программу. Со сцены звучали мелодии и песни военных лет, которые сопровождали театрализованные постановки о войне. А гвоздем акции стало приготовление настоящей солдатской каши****! (авторский знак)*** («Казахстанская правда», 05 мая 2018)

(6) *Еліміздегі он сегіз миллион халық бір тілде түсініссе, бір-бірін ұғынса – нағыз бірлік бастауы сол емес пе****?!*** *Құдай біледі: келеді сондай күн****!*** («Айқын», 01 мамыр 2019)

Эмфатическое ударение и интонация на фонетическом уровне выражены использованием знаков пунктуации для того, чтобы сделать акцент на выделяемом автором слове для придания оценочности. При отсутствии интонации восклицания утрачивается и значение усиления оценки.

2. На уровне словообразования слово приобретает оценочное значение благодаря аффиксам: суффиксам (как усилительным, так и уменьшительно-ласкательным), префиксам. Морфемы с оценочным значением могут присоединяться как к оценочным производящим словам, так и к производящим, не обладающим семантикой оценки. В первом случае суффиксы и приставки усиливают, смягчают или видоизменяют оценочное значение производящих: грязь → грязища, добрый → предобрый, дурак → дурачок, страдать → выстрадать и др. Во втором случае «безоценочное» производящее может приобрести оценочное значение: человек → человечек, человечишка, человечище, сверхчеловек; старик → старичок, старичишка, старичока, старичина, старичище, старикан и др. [151, с. 106-115].

Суффиксы *-ишк-/-ушк-/-юшк-/ашк-* придают слову уменьшительно-пренебрежительный либо уменьшительно-ласкательный оттенок значения.

(7) *А у нас много охотничьих хозяйств, конечными бенефициарами которых являются наши крутые* ***агашки*** *– это закрытые территории. Никто не знает, что там вообще происходит. Или же есть хозяйства, которые задирают цены, совершенно не контролируют количественные нормы отстрела и нет никакого порядка* («Литер», 23 января 2019)

В статье речь идет о резонансном случае, который всколыхнул общественность – убийстве инспектора РГКП «ПО «Охотзоопром». Интенция автора статьи – убедить читателя в том, что там, где нет регулирования бизнеса, могут случаться происшествия.

*Агашка* – старший брат, обращение к старшему, образовано от казахского слова *аға* (каз. *аға*) с помощью суффикса *-ашк-*. В криминальном мире *агашка* – человек, обладающий авторитетом [153, с. 33]. *Агашка* является примером своеобразного русско-казахского и казахско-русского синкретизма.

(8) *Множеством наград отмечена и Алтынай Есболатова – легендарная Паровоз-апа, которую чтит и уважает вся общественность Жетысу. В годы войны ей, тогда 19-летней* ***девчушке,*** *выпало сопровождать железнодорожные составы, везшие на фронт оружие, технику, а обратно – раненых солдат и офицеров* («Казахстанская правда», 10 мая 2018)

Автором статьи употреблена лексема *девчушка*, придающая положительную коннотацию и указывающая на довольно молодой возраст героини в период тяжелых испытаний на войне.

Суффиксы *-их-/-ух-* относятся к разговорно-просторечным, придают словам оттенок неодобрения.

(9) *Скрывать нечего, каждый год вокруг школьной формы образуется* ***шумиха****. Потому что есть семьи с низким доходом. В каждой школе форма разная, каждая утвердила свою* («Литер», 28 августа 2019)

Журналист высказывается неодобрительно относительно темы школьной формы, так как она становится причиной социального неравенства и предметом бизнеса. Употребление лексемы *шумиха* привлекает внимание читателя к проблеме.

(10) *Нередко в стремлении упорядочить мы увлекаемся статистикой. И начинаем мерить все лишь в цифрах и финансовых отчетах. Убежден, что важно не то, сколько денег вложил человек в родное семо, к примеру. А то, какой посыл несет в себе поступок, ради чего вообще все делается? Если это чистой воды реклама и* ***показуха****, то такой «любви» грош цена в базарный день. Это всего лишь акт самолюбования, утешения эго, не больше* («Казахстанская правда», 09 ноября 2018)

Первое предложение может показаться положительно-оценочным вследствие использования оценочной лексической единицы *упорядочить* и структуры *увлекаемся статистикой*, усиливающей положительное значение. Однако использование негативно-оценочной лексемы *показуха* вызывает у адресата чувство неприязни. Общий и ближайший отрицательно-оценочный контекст *чистой воды реклама; грош цена в базарный день; акт самолюбования, утешения эго* являются интенсификаторами лексемы *показуха*.

3. На синтаксическом уровне субъекту речи требуется оценочная предикация для выражения ценности и, соответственно, иерархии ценностей в маркировании тождественных оценок либо перехода от негативной оценки к позитивной (и наоборот). Для синтаксического уровня характерны разнообразные повторы, инверсии, восклицательные предложения, риторические вопросы, структуры, в которых происходит транспозиция грамматического значения и др.

(11) *В чем причины печальных событий, произошедших в Казахстане в последние годы****?*** *Кто защищает казахстанцев от террористической угрозы и как не стать безвольным оружием в руках манипуляторов****?*** *Можно ли все-таки найти путь назад, если совершил страшную ошибку****?*** («Казахстанская правда», 02 апреля 2018)

Оценочность этого текста создается использованием оценочных лексических единиц, в частности эмоциональных прилагательных: *печальных, террористических, безвольных, страшную* и др.

(12) *Жол-көлік оқиғасы неге жиіледі****?*** *Себебі бар, салдары қандай****?*** *Осыған жауап іздеп көрдік пе****?*** («Айқын», 30 сәуір 2019)

Риторический вопрос вызывает эмоциональную реакцию у аудитории. Череда восклицательных знаков и риторических вопросы привлекает внимание читателя и вызывает также возмущение и негодование – тот эффект, который стремился создать автор.

4. Оценка может передаваться на уровне графики: к примеру, посредством закавычивания, которое зачастую сигнализирует об отрицательной оценке и ироническом неодобрительном отношении субъекта коммуникации к сказанному.

(13) *Новую* ***«той-схему»*** *горожан раскрыли павлодарские мониторинговые группы* («Казахстанская правда», 16 апреля 2021)

Неординарная сочетаемость слов, т.е. лексический контекст «той-схема», на первый взгляд, не вызывает отрицательной оценки. Однако если учесть макроконтекст, то очевидно, что словосочетание выражает отрицательную оценку, неодобрение и даже осуждение, так как проведение торжественных мероприятий, пиршеств во время карантина запрещено. Употребление в контекте слов, которые считаются несовместимыми, в данном случае казахизма *той* (переводится как пир, пиршество, празднество) привело к возникновению отрицательно-оценочного значения в языке прессы.

5. Оценка на текстовом уровне может быть выражена такими стилистическими тропами / фигурами, как ирония, сарказм, юмор, сравнение, аллюзия, метафора, антитеза и др. Юмор в большинстве случаев связан с положительной оценкой, в то время как сарказм несет в себе резко отрицательную оценку.

(14) *– Причем, абсолютно понятно, что* ***градус******дискуссий*** *умело* ***подогревается*** *разными кукловодами, далекими от интересов народа Казахстана и, прежде всего, от казахского народа и его национальных интересов, – пояснил Жансеит Туймебаев* («Литер», 21 июня 2021)

Оценочный компонент выражен автором посредством живой, авторской метафоры *градус дискуссий подогревается*, которая реализует отрицательную оценку, подразумевая, что происходит глобальное информационное противоборство между псевдозащитниками государства и народом, что усилено лексемой *кукловод*.

Таким образом, оценка, с одной стороны, представляет собой логико-психологическое явление, поскольку в процессе оценивания могут быть задействованы эмоции. С другой стороны, оценка концептуальна, т.е. она является неотъемлемым свойством языкового сознания.

Практически все уровни языка могут отражать ту или иную оценку, даже на морфемном уровне (среди аффиксов) можно выявить компоненты оценки. Языковая оценка дает возможность выявить ценностную картину мира как отдельного человека, так и общества в целом. Одним из способов воплощения мира ценностей в языковом сознании являются национально-культурные коннотации, то есть оценка, содержащаяся в семантике слова. Оценка свойственна не только обиходно-бытовому языку, но также и языку прессы. Оценочные значения обладают иллокутивной функцией и стремятся воздействовать на адресата.

Разноаспектные определения свидетельствуют о дискуссионности категории оценки в языкознании; сложности и гетерогенности рассматриваемого явления; оценке присущ двойственный или антонимический характер. На наш взгляд, категория оценки не подлежит исследованию вне системы ценностей. Ни ценности, ни оценки не существуют изолированно: они образуют систему ценностей и оценок. Категория *ценность*, подходы к ее изучению, классификация ценностей будут рассмотрены нами в следующем параграфе.

1.3.2 Ценности и подходы к их изучению

Одним из ключевых понятий аксиологической лингвистики является категория «ценность», которая лежит в основе сущности человека и формирует его мировоззрение. Ценности играют важную роль в поведении человека и определяют интерпретацию им тех изменений, которые происходят в обществе, вследствие чего они оказывают положительное или отрицательное влияние на поведение и действия людей, их социальную позицию, на отношение к себе и миру.

Универсальность такого явления, как ценность, обусловливает необходимость его комплексного изучения. Будучи одним из важнейших компонентов человеческой культуры, ценности, наряду с нормами и идеалами, находят свое отражение и в языке. Известно, что через язык мы получаем доступ к пониманию человеческого сознания, а, следовательно, к основам формирования ценностного отношения, ценностной картины мира [154, с. 196]. Ценность, будучи категорией философской, также имеет и языковое выражение. Следует провести ее разграничение в философском и лингвистическом понимании. Лингвокультуролог Г.Г. Слышкин отмечает, что для философии *ценность* является нематериальной субстанцией, в то время как для лингвистики она имеет вербальное воплощение; в философии ценность имеет сверхэмпирический характер, а в лингвокультурологии – она эмпирична, измеряема, изменчива во времени и специфична в коммуникативном пространстве; для философии интересна сама ценность, а для лингвокультурологии значимы прежде всего механизмы понятийно-образного воплощения; в философском подходе ценность синкретична, а в лингвокультурологическом – разложима на два измеряемых аспекта: актуальность и оценочность [155, с. 28-29].

Ценность становится объектом внимания исследователей языка, поскольку язык является важным средством формирования, выражения, трансляции ценностей. Многие лингвисты затрагивают проблему ценностей, выдвигая свои суждения по данному вопросу (Е. Бартминьский, Ж.А. Джамбаева, В.И. Карасик, А. Киклевич, В.П. Синячкин, З.К. Темиргазина и др.). Традиционным ценностям казахского народа посвящены монографии З.Н. Сарсенбаевой «Этнос и ценности», С.Е. Нұрмұратова «Рухани құндылықтар әлемі: әлеуметтік-философиялық талдау» и др. В статье А.С. Кожахметовой рассмотрены некоторые доминантные ценности казахстанского общества [156].

Отметим, что проблема ценностей не нова и в современной научной литературе накоплен достаточно большой материал, содержащий результаты их изучения, встречается много разных трактовок и определений, предлагаемых учеными различных гуманитарных отраслей (с позиции философии, культурологии, социологии, психологии и т.д.). Аксиологом В.К. Шохиным верно подмечено, что «слово *ценности* является одним из самых престижных и респектабельных в современной культурной лексике и вместе с тем одним из самых популярных, можно сказать, даже “популистских” [157, с. 7].

С философской точки зрения А.К. Абишева рассматривает *ценности* как «некий путь жизни, образ жизни или как определенный способ бытия человека в мире, способ отношения к миру» [158, с. 141].

Культурологический подход к исследованию *ценности* использует Н.Ф. Алефиренко, отмечая, что ценности – это – «не материальные или духовные объекты, а модусные (культурно значимые) отношения человека к окружающему миру, служащие ему ценностными ориентирами» [159, с. 160].

С точки зрения И.А. Стернина, ценности являются социально-психологическими идеями и взглядами, разделяются народом и наследуются каждым новым поколением, соответственно, они служат эталоном для подражания и средством воспитания. Этнический коллектив воспринимает ценности как нечто хорошее и правильное [160, с. 108].

С социологической и антропологической точки зрения ценности представляют собой жизненные доминанты, способствующие решению экзистенциальных проблем [161, с. 173].

Существуют так называемые общечеловеческие ценности, которые присущи любому этносу: семья, безопасность, любовь к Родине и т.д. Однако осознание этих ценностей, их приоритетность зависят от того, насколько развито и идеологизировано общество. Известный российский исследователь в области ценностей В.П. Синячкин определяет общечеловеческие ценности как «содержание, формируемое отдельным членом общества, при помощи которого он ориентируется относительно успешности / неуспешности своей целенаправленной деятельности, согласует правила достижения этих целей с ограничениями, существующими в конкретном обществе» [162, с. 62].

По мнению авторов коллективной монографии «Общечеловеческие и национальные ценности в изменяющемся обществе», среди общечеловеческих ценностей на первое место выдвигаются высшие духовные ценности, проявляющиеся в формах духовного, нравственного, эстетического развития человеческих индивидов [163].

Лингвистическое понимание ценностей опирается на теорию семантических категорий. Именно в таком ключе это понятие описывается в работах А. Киклевича: ценность рассматривается как семантическая категория модифицирующего типа (т.е. детерминирующая значение именной или глагольной группы), передающая закодированную в знаках (т.е. экспликативную) или языковых операциях (т.е. операциональную) информацию об отношении признака некоторого описываемого предмета (действия, события, состояния и др.) к норме, с учетом предпосылки, что, во-первых, имеется шкала признаков (и норма представляет собой одно из значений этой шкалы), во-вторых, областью определения (или приложения) эвалюативных значений является некоторое множество предметов (действий, событий, состояний и др.) [10, с. 113].

В контексте лингвистического анализа значимым для нас является определение *ценности*, данное профессором А. Киклевичем, которого в дальнейшем мы будем придерживаться «Ценность – это разновидность семантической детерминации, в основе которой лежит интенсиональная установка языкового субъекта, а именно – его (разделяемое с другими членами общества) представление о правильных, желаемых, требуемых, предпочтительных, образцовых и др. типах поведения [7, с. 273-294]. На наш взгляд, именно языковой материал позволяет выделить ценностные предпочтения общества в определенный период времени.

Исследование ценности невозможно представить без ее классификации. Представителями разных областей науки предложено множество классификаций, с учетом разных параметров. Рассмотрим некоторые из них.

По мнению С.М. Толстой, когда речь идет о ценностях, то подразумеваются общепризнанные оценки, суждения и правила, которыми руководствуется большая часть социума, т.е. субъектом оценок в этом случае выступает весь социум, а оценки закреплены в традиции. Ученый подразделяет ценности на:

1) *онтологические, или природные* (мир, земля, вода, огонь, свет, тепло, плод, хлеб);

2) *антропологические,* или *витальные* (жизнь, смерть, здоровье, боль, опасность, сила, ум, рост / развитие, счастье / радость, труд, успех, польза);

3) *социальные* (мир, война, дружба, любовь, родство, богатство, помощь, родина);

4) *идеологические* (патриотизм, равенство, свобода, вера), *моральные* (честь, правда, слава, святость, Бог, грех, вина);

5) *эстетические* (красота, гармония, порядок) [164, с. 14].

Попытки классификации ценностей предпринимались и языковедами. Так, А.В. Голованова, синтезируя существующие классификации ценностных категорий, предлагает следующую систематизацию:

1) *Этические (нравственные) ценности*. Шкала оценок предмета по наличию – отсутствию данных ценностей определяется понятиями «хорошо – плохо», указывающими на соответствие определенным представлениям о сущности человека. Ценностные суждения, принадлежащие к данному типу, И. Кант определял как «незаинтересованные». Они могут быть приложимы только к объектам и явлениям, связанным с деятельностью человека.

2) *Эстетические ценности*. Ценностные суждения являются также «незаинтересованными» и «иррациональными», но в их основе лежат понятия «прекрасно – безобразно», выражающие отношение к внешним проявлениям сущности объектов и явлений.

3) *Утилитарные ценности*. В основании ценностных суждений данного типа лежит критерий соответствия предмета или явления практическим целям, потребностям человека. Отличительной особенностью данного типа ценностей является наличие двух шкал, по которым производится оценивание: «полезно – бесполезно» и «полезно – вредно».

4) *Гедонистические ценности*. Природа этого типа ценностей заложена в чувственном восприятии человека и определяется понятиями «приятно – неприятно» [165, с. 56-57].

Подобные разряды ценностей находим у Е.Ф. Серебренниковой:

1) *область Истины (*«истинно / ложно» как ценностная оценка);

2) *область Прекрасного* («прекрасное / уродливое» как ценностная оценка);

3) *область Этики* («хорошо / плохо» как ценностная оценка);

4) *область Удовольствия* («приятное / отвратительное» как ценностная оценка);

5) *область Практической пользы* («полезно / бесполезно / вредно» как ценностная оценка) [86, с. 29].

Классификации ценностей, предложенные А.В. Головановой и Е.Ф. Серебренниковой построены на дихотомическом подходе, в котором присутствует аксиологический компонент оценки «хорошо» – «плохо».

В.И. Карасик делит ценности следующим образом:

1) *по качеству* (витальные, утилитарные, моральные, духовные, или основополагающие);

2) *по количественному охвату субъектов* (общечеловеческие, цивилизационные, этнокультурные, групповые, индивидуальные) [166, с. 8].

В польском языкознании исследованием этого аспекта языковой и текстовой семантики занимается группа Е. Бартминьского из Люблинского университета имени М. Кюри-Склодовской. В одной из таких публикаций выделены следующие группы ценностей:

1) названия действий, состояний, установок;

2) названия сообществ, культивирующих определенные «заданные» ценности;

3) названия членов этих сообществ;

4) названия организаций и социальных институтов, предназначенных для реализации ценностей;

5) названия символических мест;

6) названия символических предметов [114, с. 26].

Особого внимания заслуживает классификация ценностей, предложенная А. Киклевичем. Ученый подразделяет ценности по:

1) *предметной области* (социальные, моральные, эстетические, гедонистические и др.);

2) *аксиологическому содержанию* (положительные, отрицательные, нейтральные);

3) *носителю* (индивидуальные, групповые, массовые, универсальные);

4) *позиционированию* (основные, важные, маргинальные) [7, с. 279]. Эта классификация ценностей более близка нашему исследованию, так как содержит лингвистическую составляющую.

Нами рассмотрены далеко не все классификации ценностей, в виду их многочисленности и вряд ли какая-либо из них охватывает все возможные аспекты. Из представленных классификаций можно сделать вывод о том, что ценности присущ аксиологический компонент «хорошо» – «плохо», субъект ценности может быть «индивидуальный» – «массовый».

Ценности – это основные точки зрения человека в отношении веры, предпочтений, мнений и поведенческих установок. Они представляют собой теоретическую систему критериев оценки, суждения играют важную роль в управлении мыслями и поступками людей. Ценности как высшие ориентиры, определяющие поведение людей, существуют в культуре не изолированно, а взаимосвязанно и составляют ценностную картину мира, которая формируется у того или иного человека в связи с его национальной принадлежностью, менталитетом, установками общества и т.д.

В культурах разных народов существуют примерно одинаковые базовые ценности. Обычно этих ценностей достаточно много, и им присуща систематичность и иерархичность. На иерархичность системы ценностей немалое влияние оказывают и процессы, происходящие в обществе, так как ценности формируются в ходе развития общества, зависят от многих факторов, одним из которых является политико-идеологическая система государства. Ценности функционируют в определенном историческом и социальном контексте, и каждая эпоха характеризуется своими доминирующими в обществе ценностями. Общеизвестно, что в результате крупных политических событий меняется существующая система ценностей, нередко происходит их переоценка. В зависимости от общественно-политических или иных условий, событий, ситуаций выясняется какие ориентиры важны для общества. Ярким свидетельством этому является система ценностей, которая существовала долгие годы при правлении советской власти, в обществе доминировала преданность партийно-государственному руководству – система ценностей, которая доказала свою несостоятельность и привела к распаду СССР.

Одна из задач нашего исследования состоит в выявлении доминирующих ценностей казахстанского общества и анализе их репрезентации в прессе. Тщательное изучение формирования ценностей актуально для построения гармоничного общества. Существуют незыблемые ориентиры, на которых держится современное, гуманистическое, демократическое государство.

С обретением независимости для Казахстана проблема ценностей становится особенно актуальной, так как Казахстан является многокультурной страной с более чем 130 этническими группами, мирно живущими на его территории. Особый интерес вызывает диссертационное исследование А.И. Ақберген, посвященное изучению трансформации социальных ценностей в современном казахстанском обществе. Автор в своей работе указывает на то, что для современного казахстанского общества ценности толерантности и свободы важны для укрепления и становления идентичности казахстанцев по фактору гражданской принадлежности, с учетом, разумеется, культурных особенностей и традиций. В случае пренебрежения этими ценностями невозможен подлинный диалог внутри общества между различными группами [167].

Изучение ценностей в сопоставительном аспекте особенно интересно, так как одни и те же явления социальной жизни могут по-разному интерпретироваться разными культурными формациями. Язык отражает национальную ментальность и культурные ценности определенного этноса [168, с. 52]. Казахстанское общество, будучи неоднородным с культурно-этнической, религиозной, языковой точек зрения, представляет собой сложный феномен. В контексте социальной среды республики ценности многогранны, находятся в состоянии постоянного развития, усиливается необходимость изучения исконно казахских ценностей, национальной идентичности и самоидентичности.

Итак, на основе проведенного обзора, посвященного проблеме ценностей, можно сделать вывод о том, что общепринятой дефиниции «ценность» не существует. Для настоящего исследования наиболее значимыми являются такие подходы, как лингвистический и лингвокультурологический.

**Выводы по 1 разделу**

Анализ аксиологического пространства современной казахстанской прессы позволяет сделать следующие выводы:

1. За период существования суверенного Казахстана сформировался определенный рынок СМИ со своими национальными особенностями, одной из которых является сосуществование казахско- и русскоязычных СМИ. Так, в казахскоязычном сегменте и соцсетях наряду с политическими событиями много внимания уделяется вопросам культивирования и защиты национальных ценностей, доминированию казахского языка, акцентированию внимания на негативных сторонах истории советского периода, межпоколенным связям, т.е. казахскоязычную прессу волнуют вопросы национального характера и национальных приоритетов. Русскоязычным СМИ не свойственно поднимать подобные темы, им больше присуще освещение политики и социально-экономических вопросов, а также заимствование материалов для публикации из российских изданий. Газетный текст не просто отражает события, а интерпретирует их в фокусе редакции, представляет массовому читателю через призму определенных культурных, духовно-нравственных и общественно-политических ценностей, при этом казахско- и русскоязычная прессы имеют свою специфику в отборе и подаче контента.

2) Средства массовой информации являются одним из важнейших инструментов выражения ценностей. Передавая актуальную информацию о событиях в стране и мире, они вместе с тем предлагают свою интерпретацию, воздействуя на адресата, определяют отношение аудитории к освещаемой информации. СМИ, с одной стороны, апеллируют к традиционным ценностям социума, с другой – активно участвуют в формировании новых.

3) Кросс-лисциплинарная наука – аксиологическая лингвистика основывается на исследования ценностей в рамках философского, культурологического, лингвокультурологического, социологического, лингвистического подходов и рассматривает ценности в языковом сознании и коммуникативном поведении реципиентов. Трансформации, происходящие во всех сферах казахстанского общества, требуют формирования корпуса ценностей, соответствующих новым реалиям.

4) Оценка является неотъемлемым свойством языкового сознания. Языковая оценка дает возможность выявить ценностную картину мира как отдельного человека, так и общества в целом. Оценка свойственна не только обиходно-бытовому языку, но также и языку прессы. Оценочные значения обладают иллокутивной функцией и стремятся воздействовать на адресата. Представляется правомерным выделение двух типов аксиологических значений: общую и частную оценку.

5) Понятие ценности не определено однозначно, в нашем понимании, ценность – лингвистическая категория и трактуется как разновидность семантической детерминации, в основе которой лежит интенсиональная установка языкового субъекта, а именно – его (разделяемое с другими членами общества) представление о правильных, желаемых, требуемых, предпочтительных, образцовых и др. типах поведения.

6) Ценность и оценка – категории независимые, но взаимообусловленные и взаимосвязанные. Природа и структура оценки в значительной степени определяется системой ценностей. Многоплановость и многаспектность этих феноменов вызывают огромный исследовательский интерес, о чем позволяют судить наличие различных подходов (философских, лингвистических, литературоведческих, психологических и др.) к их изучению. Эти категории активно исследуются как в зарубежной, так и в отечественной лингвистике.

7) Как известно, язык отражает национальную ментальность и культурные ценности определенного этноса. Представляет интерес выявление доминантных ценностей многонационального, полиязычного и поликонфессионального государства, каковым является Казахстан.

**2 ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ КАЗАХСТАНСКОГО**

**ОБЩЕСТВА В ЯЗЫКЕ ПРЕССЫ**

**2.1 Доминантные ценности современного казахстанского**

**общества в языке прессы**

Существует мнение, что современное казахстанское общество остается преимущественно консервативным, что, в частности, находит проявление в предпочтениях тех или иных источников информации. Согласно результатам социологического исследования, в наибольшей степени казахстанцы доверяют телевидению (64,4 %) и печатным СМИ (60 %) [117, с. 72]. Соответственно, газетная информация важна с точки зрения влияния на общественное мнение и формирования соответствующих ценностных приоритетов. Нами поставлена задача узнать, каковы эти приоритеты.

Эвристическая процедура эксцерпции маркированных в интересующем нас аспекте текстов производилась следующим образом: в поисковике сайтов газет «Егемен Қазақстан» – «Казахстанская правда»; «Айқын» – «Литер»; «Білімді ел» – «Образованная страна» вводилось название тегов: «құндылық»; «ценность». В итоге было получено 1942 текста, содержащих аксиологическую информацию (в которых аксилогический статус был закреплен за лексемой *құндылық / ценность* в одной из возможных грамматических форм). Из этого корпуса были отобраны только те контексты, в которых ценность имеет отношение к явлениям социально-политического характера (т.е. не рассматривались конструкции типа *табиғи құндылық, тауар-материалдық құндылық, энергетическая ценность, биологическая ценность, племенная ценность, пищевая ценность* и др.). Тем самым количество анализируемых текстов сократилось до 1628, из них в казахскоязычной – 859 текста, в русскоязычной прессе 769 текста. В таблице 6 представлены данные о количестве текстов в каждой из проанализированных газет.

Таблица 6 – Данные по результатам первичного поиска материала

|  |  |
| --- | --- |
| Источник | Количество текстов первичного поиска |
| Егемен Қазақстан | 426 |
| Айқын | 173 |
| Білімді ел | 260 |
| Казахстанская правда | 372 |
| Литер | 195 |
| Образованная страна | 202 |
| **Итого** | **1628** |

Все случаи употребления лексем *құндылық / ценность* были отнесены к одной из семантических категорий. В обобщенном виде они представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Список ценностей и частотность употребления в газетных текстах

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Категории ценностей | Общая  частота встречаемости (в процентном соотношении) | |
| В казахскоязычной прессе | В русскоязычной прессе |
| **Адам (физикалық болмыс және сана) /**  **Человек (физическая сущность и сознание)** | 65 (7,5 %) | 69 (8,9 %) |
| *Тұлға / Личность* | 12 (1,3 %) | 8 (1 %) |
| *Өмір / Жизнь* | 9 (1 %) | 6 (0,7 %) |
| *Сана / Сознание* | 13 (1,5 %) | 9 (1,1 %) |
| *Денсаулық / амандық*  *Здоровье / благополучие* | 12 (1,3 %) | 17 (2,2 %) |
| *Жетістік / мансап*  *Успех / карьера* | 4 (0,4 %) | 7 (0,9 %) |
| *Жастар / жастық шақ*  *Молодежь / молодость* | 9 (1 %) | 10 (1,3 %) |
| *Сәйкестік/*  *Идентичность* | 6 (0,6 %) | 12 (1,5 %) |
| **Қоғам және қоғамдық қарым-қатынас /**  **Общество и общественные отношения** | 412 (47,9 %) | 396 (51,4 %) |
| *Отбасы / Семья* | 201 (23,3 %) | 139 (18 %) |
| *Ата-ананы және үлкендерді сыйлау /*  *Уважение к родителям и старшим* | 26 (3 %) | 18 (2,3 %) |
| *Дін / Религия* | 15 (1,7 %) | 17 (2,2 %) |
| *Салт-дәстүр / Обычаи и традиции* | 27 (3,1 %) | 26 (3,3 %) |
| *Келісім / Согласие* | 40 (4,6 %) | 56 (7,2 %) |
| *Ынтымақтастық / бірлік*  *Солидарность / единство* | 28 (3,2 %) | 25 (3,2 %) |
| *Достық / бауырластық*  *Дружба / братство* | 25 (2,9 %) | 19 (2,4 %) |
| *Демократия / Демократия* | 6 (0,6 %) | 8 (1 %) |
| *Махаббат / Любовь* | 8 (0,9 %) | 15 (1,9 %) |
| *Тұрақтылық / Стабильность* | 9 (1 %) | 13 (1,6 %) |
| *Қайырымдылық / ілтипатшылдық / рақымдылық*  *Милосердие / отзывчивость / сострадание* | 12 (1,3 %) | 31 (4 %) |
| *Құрмет / сыйластық / өзара түсіністік / өзара қатынас*  *Уважение / взаимоуважение / взаимопонимание / взаимоотношения* | 15 (1,7 %) | 29 (3,7 %) |
| **Рухани мәдениет: ғылым және технологиялар**  **Духовная культура: наука и технологии** | 32 (3,7 %) | 63 (8,1 %) |

Продолжение таблицы 7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| *Даму / ілгерілеу*  *Развитие / прогресс* | 10 (1,1 %) | 23 (2,9 %) |
| *Білім беру / білім*  *Образование / знания* | 12 (1,3 %) | 25 (3,2 %) |
| *Цифрландыру / Цифровизация* | 2 (0,2 %) | 7 (0,9 %) |
| *Ғылым / Наука* | 8 (0,9 %) | 8 (1 %) |
| **Рухани мәдениет: өнер**  **Духовная культура: искусство** | 97 (11,2 %) | 29 (3,7 %) |
| **Тарих / История** | 89 (10,3) | 32 (4,1 %) |
| **Материалдық мәдениет /**  **Материальная культура** | 28 (3,2 %) | 56 (7,2 %) |
| *Экономика / валюта* | 4 (0,4 %) | 10 (1,3 %) |
| *Интернет* | 3 (0,3 %) | 8 (1 %) |
| *Бәсекеге қабілеттілік / Конкурентоспособность* | 6 (0,6 %) | 7 (0,9 %) |
| *Еңбек / еңбекқорлық / жұмыс*  *Труд / трудолюбие / работа* | 11 (1,2 %) | 26 (3,3 %) |
| *Кәсіп / Профессия* | 4 (0,4 %) | 5 (0,6 %) |
| **Қазақстан мемлекеті /**  **Государство Казахстан** | 136 (15,8 %) | 124 (16,1 %) |
| *Халық / ұлт*  *Народ / нация* | 26 (3 %) | 23 (2,9 %) |
| *Тәуелсіздік / егемендік / бостандық*  *Независимость / суверенитет / свобода* | 29 (3,3 %) | 29 (3,7 %) |
| *Конституция* | 19 (2,2 %) | 17 (2,2 %) |
| *Азаматтық / Гражданство* | 4 (0,4 %) | 5 (0,6 %) |
| *Отансүйгіштік / Патриотизм* | 31 (3,6 %) | 34 (4,4 %) |
| *Ел /Страна* | 27 (3,1 %) | 16 (2 %) |
| **Итого** | **859** | **769** |

Как видно из таблицы 7, заключенная в газетных текстах ценностная информация сгруппирована в семь тематических категорий:

1. адам (физикалық болмыс және сана) / человек (физическая сущность и сознание);

2. қоғам және қоғамдық қарым-қатынас / общество и общественные отношения;

3. рухани мәдениет (ғылым және технологиялар) / духовная культура (наука и технологии);

4. рухани мәдениет (өнер) / духовная культура (искусство);

5. тарих / история;

6. материалдық мәдениет / материальная культура;

7. Қазақстан мемлекеті / государство Казахстан.

Иерархия тематических категорий в казахскоязычных текстах СМИ выглядит следующим образом (см. рисунок 6). Наибольшее количество референций (47,9 %) отмечено в области *қоғам және қоғамдық қарым-қатынас / общественные (социальные)* ценности, *Қазақстан мемлекеті /государство Казахстан* – 15,8 % референций. Срединную зону занимают четыре категории: *өнер / искусство* (11,2 %), *тарих / история* (10,3 %), *адам / человек* (7,5 %), *ғылым және технологиялар / наука и технологии* (3,7 %). Для казахскоязычной прессы наименьший интерес представляет *материалдық мәдениет / материальная культура* (3,2 %).

Рисунок 6 – Иерархия категорий ценностей по частоте и значимости

в казахскоязычной прессе

Значимость указанных категорий в русскоязычных текстах СМИ, как следует из приведенных количественных данных, значительно варьируется (см. рисунок 7). Как и в казахскоязычной прессе наибольшее количество референций (51,4 %) отмечено в области *общественных (социальных) ценностей* – они занимают почти половину всех референций. На втором месте находятся ценности, связанные с *государством Казахстан* – 16,1 % референций. Далее следуют *человек* (8,9 %), *наука и технологии* (8,1 %), *материальная культура* (7,2 %) и *история* (4,1 %). Наименее представлены ценности *искусства* (3,7 %).

Рисунок 7 – Иерархия категорий ценностей по частоте и значимости

в русскоязычной прессе

Иерархия ценностей, встречающихся в казахско- и русскоязычной прессе, если их расположить по приоритетности в результате выборки, выглядит следующим образом (средние значения представлены в таблице 8):

Таблица 8 – Первые 10 доминантных ценностей в казахстанской прессе

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Иерархия ценностей в казахскоязычной прессе | Частота встречаемости  (%) | Иерархия ценностей в русскоязычной прессе | Частота встречаемости (%) |
| Отбасы (Семья) | 201 (23,3 %) | Семья | 139 (18 %) |
| Келісім (Согласие) | 40 (4,6 %) | Согласие | 56 (7,2 %) |
| Отансүйгіштік (Патриотизм) | 31 (3,6 %) | Патриотизм | 34 (4,4 %) |
| Тәуелсіздік / егемендік / бостандық (Независимость / суверенитет / свобода) | 29 (3,3 %) | Милосердие / отзывчивость / сострадание | 31 (4 %) |
| Ынтымақтастық / бірлік (Солидарность / единство) | 28 (3,2 %) | Уважение / взаимоуважение / взаимопонимание / взаимоотношения | 29 (3,7 %) |
| Ел (Страна) | 27 (3,1 %) | Независимость / суверенитет / свобода | 29 (3,7 %) |
| Салт-дәстүр (Обычаи и традиции) | 27 (3,1 %) | Обычаи и традиции | 26 (3,3 %) |
| Халық / ұлт (Народ / нация) | 26 (3 %) | Труд / трудолюбие / работа | 26 (3,3 %) |
| Ата-ананы және үлкендерді сыйлау (Уважение к родителям и старшим) | 26 (3 %) | Солидарность / единство | 25 (3,2 %) |
| Достық / бауырлыстық (Дружба / братство) | 25 (2,9 %) | Народ / нация | 23 (2,9 %) |

Как видно из таблицы 8, в двух сопоставляемых языках наиболее часто встречаются 3 ценности ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ. Следовательно, они являются доминантными как в казахскоязычной, так и русскоязычной прессе и будут рассмотрены нами в ходе исследования. Совпадение представленных ценностей не означает их одинакового восприятия и понимания. На наш взгляд, тема семьи напрямую касается любого человека, соответственно, частота встречаемости очень высока. На протяжении всей истории человечества институт семьи остается наиболее устойчивым социальным компонентом общества, и семья выступает основной жизненной ценностью. Такие ценности, как *согласие* и *патриотизм* являются абстрактными понятиями и в повседневной жизни не так часто вербализуются.

Такие аксиологемы, как *независимость / суверенитет / свобода; обычаи и традиции; солидарность / единство; народ / нация* также вошли в список 10 доминантных ценностей в аксиосфере казахстанского общества.

Эмпирический материал показывает, что преобладающими ценностями казахстанского общества выступают смысложизненные, базовые ценности. Ценности постматериалистического характера – самореализация, карьера и др., не находят своего отражения в языке казахстанской прессы, соответственно, они не являются доминирующими.

Патриотизм, как ценность, в начале получения Казахстаном независимости не был на такой высокой позиции, ввиду сложной экономической ситуации в стране, когда население больше интересовали ценности материального благополучия. С.Б. Алимова в своей статье приводит данные республиканского опроса 1993-1995 годов: «В качестве приоритетных респонденты определяли: здоровье – 96,2 %, семейное благополучие – 93,4 %, материальный достаток – 91,7 %, хороший отдых – 85,7 % и личное благополучие – 80,0 %. В то же время наименее важными в понимании опрошенных казахстанцев являлись ценности, имеющие общественное, политическое измерение – гордость за Родину – 52,8 %, карьера – 34,6 %, популярность – 25,0 %, стремление к власти – 19,2 %» [169, с. 141]. После прошествия десяти лет предпочтения казахстанского общества меняются. Граждане начинают испытывать определенную гордость за страну, за свою Родину. Ценность *патриотизм* появляется в жизненных ориентирах населения: «В частности, 63,4 % опрошенных граждан отметила следующее: «я горжусь своей страной, так как у нее большое будущее» [169, с. 142].

Количественные показатели встречаемости ценности *патриотизм* в современной казахстанской прессе свидетельствуют о важности этой ценности в современном обществе.

При анализе отдельных ценностей различались два аспекта: значение и функциональная характеристика. Первый аспект касается ценности, рассматриваемой с парадигматической, системной точки зрения, т.е. противопоставленной другим ценностям. Второй аспект заключается в том, какие свойства приписываются данной ценности в конкретном контексте. С учетом такого параметрического описания материала (который представлен в виде рабочих фишек) была составлена база данных. Пример одной из фишек приведен ниже в таблице 9.

Таблица 9 – Пример анализа ценности СОГЛАСИЕ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Значение | Характеристика | Пример | Источник |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Единство действий и мыслей | Согласие является результатом сознательного, целенаправленного | *Через переживание миллионов драматических судеб мы пришли к пониманию ценности* | Казахстанская правда, 01 марта 2018 |

Продолжение таблицы 9

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
|  | и поступательного развития общества с целью преодоления конфликтов и социальных потрясений | *народного единства и* ***согласия****, а чувство солидарности, поддержки и благодарности прочно укрепилось в нашем обществе* [...] |  |
| Согласие входит в ряд других положительных ценностей, таких, как мир и стабильность | *Общенациональное единство, мир, стабильность и* ***согласие*** *в нашем обществе,* [...] *– основные ценности для каждого гражданина Казахстана*. | Казахстанская правда, 18 октября 2018 |
| Согласие представляет одну из традиционных духовных ценностей, которая требует возрождения | *Программа ориентирована прежде всего на возрождение и укрепление традиционных духовных ценностей казахстанцев*, [...] *таких, как казахстанский патриотизм, национальная идентичность, общественное* ***согласие***. | Казахстанская правда, 06 сентября 2018 |

Из анализа содержания понятия *согласие* видно, что оно трактуется как одна из традиционных ценностей казахской культуры, которая, с одной стороны, требует возрождения в условиях формирования нового общества, в контексте памяти о драматических судьбах жителей Казахстана в прошлом; с другой стороны, гарантирует такие социальные ценности, как мир, стабильность и благополучие.

Таким образом, выделено 7 тематических категорий, посредством которых выявляется и описывается ценностная картина мира на примере казахстанского общества: 1. адам (физикалық болмыс және сана) / человек (физическая сущность и сознание); 2. қоғам және қоғамдық қарым-қатынас / общество и общественные отношения; 3. рухани мәдениет (ғылым және технологиялар) / духовная культура (наука и технологии); 4. рухани мәдениет (өнер) / духовная культура (искусство); 5. тарих / история; 6. материалдық мәдениет / материальная культура; 7. Қазақстан мемлекеті / государство Казахстан.

Далее рассмотрим ценности ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, которые занимают доминирующее положение по частоте употребления в медиадискурсе казахстанской двуязычной прессе.

2.1.1 Репрезентация ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ в языке

казахско- и русскоязычной прессы Казахстана

Из проведенного исследования (см. количественные данные в таблице 8) вытекает, что наиболее часто в журналистских текстах упоминаются ценности ОТБАСЫ / СЕМЬЯ. Это дает основание утверждать, что эти ценности для современных казахстанцев являются наиболее важными или, по крайней мере, одними из важнейших. Тема семьи самая рейтинговая в современной прессе, брак и семья относятся к числу явлений, интерес к которым СМИ всегда устойчив и носит массовый характер. От состояния этого социального института зависят жизненные установки индивида и его ценностные ориентации. Выбирая свой жизненный путь, молодой человек обращается к опыту и ценностям, причем не только накопленным обществом, но и семейным ценностям и опыту, т.е. к тому, какое воспитание он получил в семье. Семья передает практическую память как модель, образец поведения.

Прежде чем приступить к анализу фактического материала, содержащего ценности ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, приведем их словарное толкование, чтобы выявить, какими значениями обладает данная ценность в дефинициях, предлагаемых лексикографическими источниками. Для этой цели обратимся к следующим словарям: Қазақ әдеби тілінің сөздігі (А. Үдербаева, О. Нақысбекова, Ж. Қоңыратбаева), Словарь современного русского языка (БАС), толковые словари Д.Н. Ушакова, С.И. Ожегова, Т.Ф. Ефремовой.

В Қазақ әдеби тілінің сөздігі лексема *отбасы* имеет несколько значений: 1. Үй іші, бала-шаға, үйелмен. 2. заң. Некеден, туыстықтан, бала асырап алудан немесе балаларды тәрбиеге алудың өзге де нысандарынан туындайтын мүліктік емес жеке құқықтар мен міндеттерге байланысты адамдар тобы [170, с. 46].

В БАС *семья* понимается как группа близких родственников (муж, жена, родители, дети и т.п.), живущих вместе. 4. Род, поколение [171, с. 637-638]. В словаре Д.Н. Ушакова *семья* рассматривается как группа людей в отличие от Словаря современного русского языка, в котором семья понималась как группа близких родственников, здесь отсутствуют лексемы *муж, жена*, но появились *внуки*. Семантического признака «род, поколение» не обнаружено [172]. У С.И. Ожегова понятие *семьи* представлено лаконично: группа, живущих вместе близких родственников [173]. Как и в предыдущем издании, понятие «род, поколение» отсутствует. Словарь Т.Ф. Ефремовой трактует понятие *семьи* тождественно БАС [174].

В русскоязычных словарях не дается юридический аспект *семьи* как это представлено в Словаре казахского литературного языка.

Итак, парадигматической доминантой *семьи* по данным словарей является *группа людей (муж, жена, родители, дети, внуки, близкие родственники и т.п.), живущих вместе; род, поколение*.

В результате выборки фактического материала ценность ОТБАСЫ встречается в 201 фрагменте казахскоязычной прессы, в том числе в газете «Егемен Қазақстан» – 114; «Айқын» – 16, «Білімді ел» – 71 фрагмент-источник. Представим частоту употребления этой ценности в текстах исследуемых газет в виде диаграммы (рисунок 8).

Рисунок 8 – Процентное соотношение репрезентантов ценности

ОТБАСЫ в казахскоязычной прессе

Что касается ценности СЕМЬЯ, то она встречается в 139 фрагментах, а именно в газете «Казахстанская правда» – 88; «Литер» – 20; «Образованная страна» – 31 фрагмент-источник. Представим частоту употребления этой ценности в текстах исследуемых газет в виде диаграммы (рисунок 9).

Рисунок 9 – Процентное соотношение репрезентантов ценности СЕМЬЯ

в русскоязычной прессе

Все фрагменты-источники проанализированы с точки зрения ценностных характеристик ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ и приведены в Приложении А с указанием характеристик. Список характеристик с указанием их частоты (см. таблицу 10).

Таблица 10 – Текстовые характеристики ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характеристика | Казахскоязычная пресса | Русскоязычная пресса |
| Частота встречаемости во фрагментах (%) | Частота встречаемости во фрагментах (%) |
| 1 | 2 | 3 |
| Многодетность – характерная черта традиционной казахстанской семьи | 4 (1,9 %) | 4 (2,8 %) |

Продолжение таблицы 10

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| Политика государства направлена на сохранение семейных ценностей и укрепление института семьи | 114 (56,7 %) | 73 (52,5 %) |
| Семья способствует воспитанию и образованию детей | 17 (8,4 %) | 16 (11,5 %) |
| Семья входит в ряд других положительных ценностей таких, как образование, здоровье, достоинство, благополучие, свобода, единство, справедливость, верховенство закона | 2 (0,9 %) | 5 (3,5 %) |
| Семья является вечной ценностью | 30 (14,9 %) | 16 (11,5 %) |
| Семейные ценности пропагандируются при поддержке государства – художественными средствами (выставки, фильмы и др.), средствами СМИ и др. | 89 (44,2 %) | 49 (35,2 %) |
| Семья является для казахстанцев (в том числе и для молодежи) важной ценностью | 7 (3,4 %) | 28 (20,1 %) |
| В последнее время значимость семьи во многих странах в обществе деградирует | 25 (12,4 %) | 17 (12,2 %) |
| В основе семейных отношений лежит любовь | 4 (1,9 %) | 4 (2,8 %) |
| Институт семьи нуждается в сохранении и укреплении | 67 (33,3 %) | 51 (36,6 %) |
| Семья опирается на авторитет старших (например, бабушки) | 1 (0,4 %) | 8 (5,7%) |
| В обществе действуют силы, заинтересованные в разрушении традиционных семейных ценностей | 7 (3,4 %) | 6 (4,3 %) |
| Семья позволяет сохранять культурные ценности | 4 (1,9 %) | 3 (2,1 %) |
| Семья – главная духовная опора народа | 1 (0,4 %) | 5 (3,5 %) |
| Семья способствует укреплению государства | 1 (0,4 %) | 6 (4,3 %) |
| Семья способствует росту благосостояния народа | 1 (0,4 %) | 4 (2,8 %) |
| Нет необходимости в точности копировать семейные традиции прошлого |  | 1 (0,7 %) |

Продолжение таблицы 10

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| В регионах некоторые семьи признаются образцовыми | 1 (0,4 %) | 2 (1,4 %) |
| Материальное неблагополучие одна из основных причин распада семьи | 1 (0,4 %) | 1 (0,7 %) |
| Родительская ответственность важна для сохранения семьи | 8 (3,9 %) | 9 (6,4%) |
| Женщина – хранитель семейных ценностей | 4 (1,9 %) | 1 (0,7 %) |
| В последнее время материальные ценности превыше семейных | 2 (0,9 %) | 1 (0,7 %) |
| Наблюдается утрата связи между поколениями | 1 (0,4 %) | 2 (1,4 %) |
| Семья как преемственность поколений | 13 (6,4 %) |  |
| В казахских семьях сильна ответственность перед семьей | 1 (0,4 %) |  |

Следует отметить, что с точки зрения аксиологической информации текстовые фрагменты различаются: некоторые из них выражают только одну, определенную характеристику, некоторые же в этом отношении являются амбивалентными, т.е. указывают на несколько характеристик.

Большинство выделенных нами характеристик представлено в единичных контекстах, в связи с чем можно считать, что они имеют маргинальный статус, например: <в последнее время материальные ценности превыше семейных>, <материальное неблагополучие – одна из основных причин распада семьи>, <нет необходимости в точности копировать семейные традиции прошлого> и др.

Выделяется, однако, группа характеристик, которые повторяются с наибольшей регулярностью:

1) политика государства направлена на сохранение семейных ценностей и укрепление института семьи – 114 (56,7 %) референций в казахскоязычной прессе; 73 (52,5 %) референции в русскоязычной;

2) институт семьи нуждается в сохранении и укреплении – 67 (33,3 %) референций в казахскоязычной прессе; 51 (36,6 %) референция в русскоязычной;

3) семейные ценности пропагандируются при поддержке государства – художественными средствами (выставки, фильмы, конкурсы и др.), средствами СМИ и др. – 89 (44,2 %) референций в казахскоязычной прессе; 49 (35,2 %) референций в русскоязычной.

Все эти характеристики так или иначе связаны с идеей сохранения и поддержания семьи как общественной ячейки и соответствующих социальных отношений, при этом журналисты неизменно подчеркивают роль государства, а также общественных организаций и СМИ. С этой информацией связаны, как можно полагать два дополнительных обстоятельства. Первое: журналистская информация о целенаправленных действиях по укреплению института семьи имеет не только, а может быть, не столько констатирующий, сколько воздействующий характер. Информируя читателей о разных акциях, направленных на развитие семейных ценностей (которые, впрочем, обычно не конкретизируются), журналист сам выступает в роли пропагандиста. Государство неизменно представляется с положительной оценкой – как главный фактор конструктивной семейной политики.

Элементом, «кирпичиком» организации социума выступает институт семьи. Что касается роли института семьи современного казахстанского общества, то институт семьи нуждается в сохранении и укреплении, согласно количественным характеристикам (см. таблицу 10). Если семью надо укреплять (и для этого прилагаются большие системные усилия), значит, существуют и дисфакторные, деструктивные явления, т.е. такие, которые расшатывают институт семьи и снижают приоритет семьи в обществе. Об этом сообщается в подтексте:

(15) *Қай қоғам үшін де отбасы қашанда ең маңызды құндылық ретінде қарастырылады. Кез келген мемлекет тұрақтылықтың тірегі саналатын отбасы институтының қалпы бұзылмай, қадір-қасиеті кемімей, одан сайын беки түсуіне мүдделі. Кейінгі кездері заман ағымына қарай кейбір көзқарастар, өлшемдер өзгеріп, қоғамның негізгі* ***әлеуметтік институтының әлсіреуіне әсер етіп жатқаны жасырын емес*** («Егемен Қазақстан», 14 мамыр 2021)

(16) *Они (*семейные ценности – А.К.) ***отходят на второй план*** *далеко не такими темпами, как в других странах* («Казахстанская правда», 26 января 2018)

(17) [...] *Ведь сейчас профессиональным воспитателям противостоит* ***армия не менее профессиональных разрушителей*** *традиционных семейных ценностей* («Казахстанская правда», 26 марта 2018)

Используя словосочетания, содержащие эксплицитно-оценочный компонент: *әлсіреуіне әсер етіп (способствует ослабеванию); отходят на второй план; армия не менее профессиональных разрушителей* (оценочность *разрушитель* усиливает интенсификатор *армия* и оценочное прилагательное *профессиональных*)*,* автор подразумевает, что существует некоторая достаточно серьезная угроза институту семьи.

Эмансипация женщин и сопутствующие ей социальные и нравственные явления:

(18) [...] *что феминизм выступает против устоев общества и нацелен на то, чтобы* ***разрушить традиционные ценности о семье****, детях и роли матери. По ее словам, женщины в погоне за равноправием, своими руками* ***разрушают свои семьи*** («Литер», 12 мая 2021)

Повтор автором лексемы с негативно оценочным оттенком *разрушать* способствует усилению оцениваемому отрицательно явлению.

Характеристика №7 <семья является для казахстанцев (в том числе и для молодежи)> важной ценностью и имеет достаточно высокие показатели встречаемости в русскоязычной прессе (28 референций (20,1 %), что демонстрирует важность института семьи в обществе, в том числе и для подрастающего поколения:

(19) [...] *казахстанской* ***молодежи*** *дорожат дружбой, уважают личность и ее достоинства, у них на высоком счету находятся* ***семейные ценности****, толерантность и прагматизм* («Казахстанская правда», 12 февраля 2019)

(20) [...] *отметив, что с каждым годом* ***семейные ценности*** *находят все больший отклик среди* ***молодежи***(«Казахстанская правда», 28 мая 2019)

Лексемы с интенсивной положительно оценочной коннотацией *дорожить дружбой, уважать личность, находиться на высоком счету, находить отклик* способствуют положительному восприятию семьи.

В казахскоязычной прессе эта характеристика встречается гораздо реже, всего 7 референций (3,4 % от общего количества).

(21) *Қазақстанда «МИСК» деген үкіметтік емес ұйым бар. Сол ұйымның жасаған бір зерттеуін оқып шықтым, олар бұрынғы ТМД елдері жастарының құндылықтарын салыстырған. Аталған елдердің жастарынан олар үшін бірінші орында не тұрады деп сұрағанда басым көбі өз білімін жетілдіру деп жауап берсе, қазақстандық жастар ең басты құндылық* ***отбасы*** *екенін айтқан* («Айқын», 28 қазан 2019)

(22) *Әлеуметтік зерттеулер көрсеткендей, біздің жастар үшін* ***отбасы*** *ең жоғары құндылыққа ие (82,5 %)*. *Одан кейін денсаулық (51,8 %) және достық (28,3 %)* («Егемен Қазақстан», 18 наурыз 2021)

Указание на количественные данные имеет оценочный характер. Оценочным становится количество процентов респондентов (82,5 %), ответивших, что самой важной ценностью для молодежи является ценность семьи. 51,8 % – количество респондентов, которые указали на ценность *здоровье*, 28,3 % отметили ценность *дружба*. Таким образом, без авторских мнений и выводов, путем лишь сопоставления и контраста цифровых показателей – имплицитной оценки, текст приобретает оценочный компонент.

В общепринятой модели казахской семьи, согласно традиционной системе семейного уклада, не приветствуется эгалитарная (партнерская) модель семейных отношений, основанная на признании равных прав и ответственности супругов. В казахском обществе принят патриархальный тип взаимодействия с традиционным распределением ролей в семье: мужчина – добытчик, женщина – хранительница очага. Эпоха постмодернизма и капитализма оказала влияние на социальные институты казахстанского общества, в частности, на семью. Возросла трудовая занятость женщин вне дома. Профессиональные интересы стали серьезным конкурентом семейным интересам, что находит отражение в современной казахстанской прессе.

(23) *Оның айтуынша, бүгін де* ***әйелдер өз кәсіпорнын ашып, шаруа қожалықтарын басқарып бірігей өндірісті іске қосып, мыңдаған адамды жұмыспен қамтамасыз етіп отыр****. Оған қоса өскелең ұрпақты тәрбиелеп, отбасы құндылықтарын сақтауда алатын орындары да ерекше маңызды* («Егемен Қазақстан», 13 қараша 2020)

Умелое манипулирование количественными данными, в нашем случае *мыңдаған адамды жұмыспен қамтамасыз етіп отыр* *(обеспечивают тысячи людей рабочими местами)*, позволяет автору уклониться от прямого выражения мнения и, тем не менее, косвенно дать оценку ситуации.

(24) *Даже в сельской глубинке, где еще сильны традиционные семейные ценности,* ***представительницы прекрасной половины нередко дают фору мужчинам в плане предприимчивости и коммерции*** («Казахстанская правда», 04 июля 2019)

Экспрессивная оценочность здесь достигается за счет словосочетания *давать фору* с пометой разг.

В обществах с преобладанием традиционных ценностей доминируют, как правило, нуклеарные семьи: семья из мужчины, женщины и детей. Внимание акцентируется на сильной связи между родителями и детьми, традиционных семейных ценностях (непринятие разводов, абортов и т.п.). Сегодня семейные ценности и установки подвержены эрозии, выраженной в виде увеличивающегося числа разводов, распространения многоженства и ранних браков. Демографическая обстановка такова, что вследствие развода, рождения детей вне брака, смерти одного из родителей увеличивается количество монородительских семей. Воспитание детей без отцовской или материнской ласки, проблема брошенных детей, сиротства, воспитание в неполных семьях вызывает определенную обеспокоенность в обществе. Журналисты озабочены таким положением и пытаются обратить внимание на серьезность этих проблем.

(25) *Қалай десек те, қазақ үшін отбасы құндылығының басында үйдің отағасы тұрған. Алайда* ***ажырасудың салдарынан*** *әкесіз өсіп жатқан ұрпақ көбейді* («Айқын», 23 тамыз 2019)

Текстовые оценки осуществляют движение по оценочной шкале, в которой положительная оценка «үйдің отағасы» и на противоположной стороне «әкесіз өсіп жатқан ұрпақ». Такой контраст является основополагающим стилистическим явлением для оценки.

(26) *По словам организаторов первого родительского форума, сознанное родительство в вопросах воспитания детей и продвижение семейных ценностей – это* ***ключ к снижению индекса разводов*** *и оздоровлению института семьи* («Литер», 29 октября 2019)

Оценочный эффект в этом газетном тексте создается с помощью использования концептуальной метафоры «оздоровление». С одной стороны, *оздоровление* является оценочным словом, с другой – словом с медицинскими коннотациями. *Оздоровление* ассоциативно имеет положительную реакцию и привносит надежду на улучшение ситуации с разводами.

Некоторая наблюдаемая сейчас в обществе трансформация семейных ценностей взаимосвязана с изменением репродуктивных установок родителей. В целом снижение рождаемости является одним из показателей современного общества, исходя из изменений социально-экономических условий жизни, в некоторой степени – кризиса семейного образа жизни, когда откладывается брак и рождение детей.

Более агрессивная идеология, чем монородительская семья, – тема чайлдфри (от англ. child free – свободные от детей), не свойственна менталитету восточного общества, каковым является наша страна. В Казахстане традиционно не одобряется бездетность в семье.

(27) ***Чайлдфри*** *– это субкультура (идеология), если ее можно так назвать, которая предполагает осознанный отказ от детей. Причины могут быть разные: начиная с переселения Земли, заканчивая финансовыми проблемами. Казахстанские приверженцы идеи бездетности рассказали Liter.kz, как им живется в стране, где 90 % населения страны – почитатели традиционных семейных ценностей* («Литер», 24 апреля 2021)

В казахскоязычной прессе эта тема не входит в фокус журналистов. Вероятно, в казахскоязычной среде сильны традиционные подходы к понятию семьи, превалирует идея преемственности поколений.

Трансформация семейных ценностей – неотъемлемая часть глобализации и модернизации общества, и Казахстан в данном процессе не исключение. Модель семьи в сознании и поведении казахстанцев вариативна. Она сохраняет черты традиционности и вместе с тем, приобретает инновационный характер: на смену традиционной форме семьи приходит множество вариантов: однополые браки, гражданские браки, полигамные отношения, брачные отношения между людьми с нетрадиционной сексуальной ориентацией и т.д. Эти тревожные тенденции можно проинтерпретировать как показатели кризиса семьи.

(28) *Экономикалық, саяси, әлеуметтік және рухани саладағы үлкен өзгерістер отбасылық қатынастар институтына ықпалын тигізеді. Бүгінгі таңда гендерлік саясатқа мән беріліп,* ***дәстүрлі некемен қатар жаңа формалары да пайда болуда****. Көптеген мемлекет ресми түрде* ***біржынысты некені мойындайды****. Осының барлығы отбасы институтының, оның құндылықтарының, ұстанымдарының өзгеруіне алып келеді, – дейді Ботагөз Рақышева* («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

(29) *Әйтпесе, мемлекет құраушы жетекші ұлттың салты мен дәстүріне «өзіндік көзқарасы» бар екінші жақтың қалыптасуы (отбасы құндылықтары өзгеше,* ***біржынысты некелерді*** *қолдаушылар және т.с.с.) «дүниетанымдық дағдарыс»* *әкелуі әбден мүмкін. Мұндай үдеріс қазір Еуропа елдерінде жүріп жатыр* («Егемен Қазақстан», 20 қаңтар 2021)

В целях социальной поддержки семей и создания для молодежи необходимых условий правительством страны принимаются различные стимулирующие меры: пособия по уходу за ребенком, льготы, субсидии для молодой семьи и т.п.

(30) *Ең әуелі жастардың пәтер алуына оңтайлы жағдай жасауымыз керек. Жұмыссыздықты жоюымыз қажет. Сосын жастарға отбасы құндылықтарын үйретуіміз керек* («Айқын», 19 ақпан 2020)

Для казахской культуры очень важным моментом является вступление в брак с соблюдением экзогамных норм. Экзогамный барьер у казахов в основном учитывается до седьмого поколения. В современном казахском обществе продолжают придерживаться этого устоя, поскольку он служит для сохранения чистоты крови с целью воспроизводства физически и психически здорового потомства и продолжения рода. Пристальное внимание уделяется продолжению рода с этнобиологической, этнокультурной, духовной целостностью преемственности поколений, что находит свое отражение на страницах казахскоязычной прессы.

(31) *Бабаларымыз қан тазалығын және отбасылық құндылықты өте жоғары ұстаған. Осы жүйелік өмір бағытын негізге ала отырып, ұлтымыздың бүгіні мен ертеңі, жаһанданудағы өзгерістерге сәйкестендірген дұрыс. Жас ұрпақты, тереңде жатқан тамырымызды қайтадан салт-дәстүріміздің жаңаланған түрімен сусындатып өсіргеніміз қазақтың бүгіні. Бұл – ең өзекті мәселе* («Білімді ел», 27 мамыр 2020)

При этом нами не обнаружено фрагментов-источников, посвященных экзогамным нормам, в русскоязычной прессе.

В семейной жизни наблюдается ориентация на внешние стимулы – материальный достаток. В последнее время материальные ценности стали превыше семейных. Эта проблема отражается журналистами в обоих языках прессы.

(32) *Тәуелсіздік жылдары* ***материалдық құндылықтар алға озып****, тәрбиені босаңсытып алғаннан біз ұтылдық. «Өз күніңді өзін көр» деген қағиданы барлығы бірдей дұрыс қабылдаған жоқ. Соның нәтижесінде түсінбеушілік көбейді. Қазір үй, машина алу, яғни материалдық құндылық бірінші орынға шығып кетті. Тәрбие, отбасылық құнылықтар екінші сатыға ысырылып қалды* («Айқын», 29 қазан 2019)

(33) *Қазір ата салтынан адасқанымыз сонша, шаңырақ шаттығын бұзуға шімірікпейтін болдық. Бүгін дәстүрлі отбасылық құндылықтар бұзылып,* ***материалдық игіліктер алға шықты*** («Айқын», 23 тамыз 2019)

(34) *Ученица школы-гимназии №6 Саша Лем мечтает о редкой профессии аниматора, чтобы напомнить людям, постоянно куда-то спешащим и одержимым* ***тягой к материальному****, о нетленных ценностях – семье, дружбе, преданности и любви – и попытается это сделать через мультфильмы* («Образованная страна», 22 мая 2019)

Среди казахов по-прежнему сильны внутрисемейные связи. В частности совместное проживание в многопоколенной семье (вместе с матерью, отцом, дедушкой и бабушкой).

(35) *Қазақ ежелден отбасы құндылықтарын ерекше қастерлеген. Дастарқан басында әке мен ұл, ата мен немере әңгімесі және ене мен келіннің байланысы үлкен тәрбиелік мектеп үлгісін бейнелейді* («Егемен Қазақстан», 17 қазан 2019)

Рост ценности семьи можно объяснить тем, что в условиях пандемии, неопределенности, катастрофического падения материального уровня жизни граждан, девальвации моральных ценностей, семья остается надежным социальным институтом, в котором человек может найти поддержку, опору, защиту.

(36) *Бүгінгі орын алып отырған жаһандық пандемия адамзатқа табиғат алдындағы ұмытқан борышын еске салғандай болып отыр. Отбасылық құндылықтың,* ***туыстық қатынас пен баурмалдықтың, дәстүрлеріміз бен рухани мұрамыздың қадірін түсінулерің*** *керек деп тұрғандай* («Білімді ел», 23 мамыр 2020)

(37) *Балалармен бірге қарым-қатынасты қолдау үшін* ***өз туысқандарына, әжелеріне, аталарына қоңырау шалып, жақындарына қамқор болу өте маңызды****. Әсіресе, қазір осы уақытта жылы сезім пайда болады. Карантин әлсіреп кеткен отбасының қарым-қатынас құндылығын нығайта алды* («Білімді ел», 24 маусым 2020)

В диссертациях С.Н. Велитченко, Ж.С. Калыбай, посвященных освещению проблем семьи и брака на страницах СМИ Казахстана, говорится о том, что к началу 1991 г. в стране было зарегистрировано свыше 20 тысяч периодических изданий, возникли многочисленные коммерческие радиостанции и телеканалы. СМИ этого периода в вопросах семьи интересовали запретные ранее темы, в основном – проблемы интимных взаимоотношений между супругами. С 1991 г. по 1995 г. характерны постепенный отход от физиологии любви к ее философии, обращение к духовным и нравственным ценностям. Журналисты, пишущие на эту тему, возвращаются к вековым традициям и обычаям семей разных народов [175, с. 12-14]; [179, с. 125].

Современная пресса обращена также к уважению, бережному отношению к родителям, сохранению семьи, почитанию семейных традиций – непреходящие ценности во все времена.

(38) *Біздің қоғамда* ***отбасы рухани және мәдени дәстүрлердің сақтаушысы, ұрпақтар сабақтастығының жалғастырушысы*** *болып табылатын ұлттық құндылық* («Егемен Қазақстан», 21 мамыр 2019)

(39) *Халқымыз ежелден «Отан – отбасынан басталады деп шаңырақтағы шаттыққа, жарымен жарасым табуға, жасыл құрақтай жайқалған* ***ұл-қызына тәлім-тәрбие беруге, ағайын-туғанның арасында сыйластық орнауына айрықша мән беріп, отбасы құндылықтарын сақтап келеді***(«Егемен Қазақстан», 03 шілде 2019)

В казахскоязычной прессе встречаются характеристики, осуждающие идеологию советской власти по отношению к семье, а именно искусственное внушение ценности *трудового общества*.

(40) *Бұрынғы замандарда халқымыз ұрпақтан ұрпаққа мұра ретінде қалдырып, отбасылық, ұлттық құндылықтарды дәріптесе, Кеңес өкіметі кезінде «****біртұтас еңбек қоғамы****» құндылығы халық санасына жасанды түрде таңылған* («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

Поддержка семьи становится национальной идее в республике. По инициативе главы государства учреждены День семьи и Национальный конкурс «Мерейлі отбасы», проводимый ежегодно, что являются ярким подтверждением почитания и соблюдения семейных ценностей.

(41) *Елбасының арнайы Жарлығымен белгіленген биылғы маусым айында алтыншы рет өткізілген отбасылық құндылықтарды насихаттайтын Астана қалалық* ***«Мерейлі отбасы» байқауындағы*** *жетпіс отбасының ішінен жүлделі екінші орынды Дәуешұлының отбасы жеңіп алды* («Білімді ел», 14 қазан 2019)

(42) *В стране ежегодно принимаются решения, направленные на улучшение качества жизни населения. Проведение* ***Национального конкурса «Мерейлі отбасы»*** *стало доброй традицией. Победители конкурса – образцовые семьи, в которых сохранение семейных ценностей, любовь к Родине, труду считаются важными жизненными установками* («Казахстанская правда», 09 сентября 2019)

(43) *Мы начинаем традиционный ежегодный* ***национальный конкурс «Мерейлі отбасы»****. За время существования в нем приняли участие более 15 тысяч семей нашей страны. Это является очередным свидетельством того, что проекты, продвигающие семейные ценности в нашем обществе востребованы и пользуются популярностью среди казахстанцев, – подчеркнула Аида Балаева* («Казахстанская правда», 17 мая 2021)

Языковая репрезентация ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ осуществляется с помощью лексических единиц, грамматики. Одним из грамматических способов языковой репрезентации является использование имен прилагательных, которые обозначают признак предмета и характеризуют субъективное отношение человека к какой-либо ценности. Наиболее ярко это проявляется в использовании степени сравнения прилагательных: *ең маңызды құндылық,**самая главная ценность* и т.п.

(44) *«Ұлы жол – отбасы табалдырығынан басталады». Осы халық мақалы арқылы бүгінгі әңгімемізді бастағымыз келеді. Отбасы, адалдық және махаббат – әр адамның өміріндегі* ***ең маңызды құндылықтар*** («Егемен Қазақстан», 15 мамыр 2021)

(45) ***Отбасы*** *– тұлғаның қалыптасуында* ***ең маңызды******құндылық****. Бұл құндылық дәстүр мен ұстанымдарын сақтай отырып, екінші жағынан жаңғырту үдерістеріне үйлесу керек-ақ* («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

(46) *Ведь самая главная* ***ценность*** *в жизни – это* ***семья****. Он стал отходить от края карниза и рассказал о том, что побудило его к этому поступку* («Казахстанская правда», 14 марта 2021)

Определительные *самый, ең*, употребляющиеся в сочетании с прилагательным и образуя его превосходную степень, в наибольшей мере подчеркивают значимость семьи, любви и т.п.

Как показывает наш материал, одним из способов репрезентации ценности СЕМЬЯ/ ОТБАСЫ являются тропы, т.е. речевые обороты, употребляемые в переносном смысле, которые придают особую значимость данной ценности.

Одним из тропов встречается *сравнение* и *эпитеты*. к примеру, сравнение семьи с государством:

(47) *В завершение конкурса победителей поздравила заместитель акима области Сулушаш Курманбекова, отметив, что в нынешнем году в региональном конкурсе приняли участие 180 жамбылских семей, и каждая из них – это* ***маленькое******государство*** *со своими законами и укладами. Несмотря на то что определились лучшие, она считает, что каждая семья-участница стала по-своему победительницей, ведь они хранят и передают* ***главные******ценности*** *человечества и на деле доказывают, что нет на свете ничего важнее* ***семьи*** («Казахстанская правда», 10 июня 2019)

(48) *Глава государства подчеркивает, что мы должны укреплять* ***семейные ценности****, – говорит руководитель городского отдела культуры и развития языков Айгуль Сабитова. Именно благодаря семье сегодня крепнет и развивается наше суверенное государство, растет благосостояние народа. Благополучие семьи –* ***мерило развития и прогресса*** *любой* ***страны*** («Казахстанская правда», 07 марта 2019)

В действительности семья – это по-своему определенная копия государственной модели со своими установленными порядками и системой внутри. Семья важна для всего общества в целом как структура, в рамках которой происходит процесс социализации человека. Для государства она является важнейшим социальным институтом.

Важность ценности СЕМЬЯ актуализируется в лексемах высокого стиля, таких как *вдохновить, зиждиться* и др.

(49) *О том, что делать, чтобы* ***семейные ценности*** *продолжали* ***вдохновлять*** *нашу молодежь, и как предотвратить ее отъезд из страны, шел разговор на правительственном часе в Мажилисе по вопросам реализации государственной молодежной политики* («Казахстанская правда», 19 февраля 2019)

(50) *Иногда нам кажется, что родить детей и зарабатывать на жизнь – базовые* ***семейные ценности****, но так ли это? Я считаю, что счастье и благополучие семьи* ***зиждется*** *на духовных традициях, взаимоуважении и понимании друг друга, положительной эмоции в семье* («Казахстанская правда», 15 мая 2021)

Семейные ценности и приоритеты, особенности уклада жизни находят яркое

Семья является базовой ценностью не только для каждого отдельного индивида, но и для государства. Политики предлагают строить просемейную политику, поэтому часто апеллируют к семье как высшей духовной ценности в принципе.

(51) *Рухани жаңғырудың түбірі* ***отбасының құндылығында****. Осы* ***отбасылық құндылықты*** *балабақшадан бастап, мектеп, колледж және қоғам болып тұтастай құрған жөн. Ол – тәрбие. Ертеде ұлға – азамат, ал қызға – болашақ ана деп қараған. Қазіргі заман – қыз бала тәрбиесіне ерекше мән беруді қажет етеді. Себебі жоғарыда айтылғандай, қыз баланы тәрбиелеу деген сөз – ұлтты тәрбиелеу деген сөз. Отбасы – қоғамның бір бөлшегі. Халқымыз осындай тамыры терең кеткен, тарихымен жалғасып келе жатқан рухани байлықтарының бірі* ***отбасы құндылықтары***(«Білімді ел», 27 мамыр 2020)

В целях выявления семантического ядра исследуемых нами ценностей, проведен SEO анализ (метод семантического анализа текста) фактического материала на сайте http://advego.com/text/seo/. По результатам этого анализа выявлено, что семантическое ядро ценности ОТБАСЫ составляют:

1) имена существительные и частотность их встречаемости: *тәрбие* (воспитание) – 19; *білім* (образование)– 13; *мақсат* (цель)– 13; *ана* (мать)– 11; *ата-аналар* (родители)– 11; *жастар* (молодежь)– 11; *қоғам* (общество) – 11; *ұрпақ* (поколение) – 17; *әке* (отец)– 11; *өмір* (жизнь) – 11 и др.

2) имена прилагательные и частотность их встречаемости: *ұлттық* (национальный)– 28; *жас* (молодой)– 23; *басты* (главный) – 21; *рухани* (духовный)– 20; *әлеуметтік* (социальный) – 16; *ерекше* (особый)– 15; *маңызды* (важный)– 15; *қоғамдық* (общественный) – 15; *бақытты* (счастливый)– 13 и др.

3) глагольные предикативы: *насихаттау* (пропагандировать)– 22; *нығайту* (укреплять)– 15; *сақтау* (сохранять) – 12; *қолдау* (поддерживать)– 10; *арттыру* (усиливать)– 9; *дәріптеу* (превозносить)– 9 и др.

Семантическое ядро ценности СЕМЬЯ составляют:

1) имена существительные и частотность их встречаемости: *ребенок* – 42; *воспитание* – 29; *традиция* – 25; *укрепление* – 22; *молодежь* – 20; *страна* – 20; *институт* – 19; *общество* – 17; *поколение* – 17; *мероприятие* – 16; *развитие* – 16; *народ* – 15; *отец* – 11; *родитель* – 10 и др.

2) имена прилагательные и частотность их встречаемости: *важный* – 21; *традиционный* – 19; *национальный* – 13; *казахстанский* – 10; *молодой* – 10; *высокий* – 8; *социальный* – 8 и др.

3) глагольные предикативы: *отметить* – 12; *пропагандировать* – 9; *направлять* – 7; *принять* – 7; *воспитывать* – 5; *объединять* – 4; *оставаться* – 4; *передавать* – 4 и др.

Как видно из анализа, общим семантическим характерным признаком ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ выступают *тәрбие* (воспитание)*, жастар* (молодежь), *қоғам* (общество), *әке* (отец), *маңызды* (важный), *жас* (молодой), *әлеуметтік* (социальный), *насихаттау* (пропагандировать).

Тема семьи вызывает немалый интерес у журналистов. Анализ материалов прессы показал, что высокие показатели характеристик <политика государства направлена на сохранение семейных ценностей> и <укрепление института семьи> подтверждают тезис о том, что тема семьи находится в фокусе внимания на государственном уровне и государством предпринимаются определенные меры по сохранению и укреплению этого социального института. В целом сохраняется преемственность ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ: уважительное отношение к старшим, бережное отношение к детям и др., при этом под влиянием эпохи постмодернизма и капитализма, современного политико-экономического, социально-культурного контекста выработаны и новые ценностные ориентиры: *чайлдфри, феминизм, моногамные отношения* и т.п. В гендерном отношении происходит некоторое перераспределение: женщины все чаще самоутверждаются за пределами домохозяйства. Налицо тенденция возврата к вечным темам духовности, нравственности, ценности семьи как социального института в казахстанском обществе. Для этого необходимо системно пропагандировать семейные ценности, культивировать положительный образ семьи и брака.

2.1.2 Репрезентация ценностей КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ

в языке казахско- и русскоязычной прессы Казахстана

Современное казахстанское общество сложно представить без ценности СОГЛАСИЕ. Мир становится хрупким, обостряются межэтнические конфликты, ведется борьба за территорию и ресурсы и т.п. Эти проблемы не обходят стороной и Казахстан, однако достоянием нашей республики является мирное сосуществование множества различных этнических групп. Ценность СОГЛАСИЕ – чрезвычайно актуальная, вместе с тем малоисследованная проблема в казахстанском обществе. Ее актуальность объясняется тем, что в полиэтническом Казахстане, благодаря единству исторических судеб населяющих его народов, созданы самые благоприятные возможности для взаимного обогащения культур.

Известный казахстанский философ А.Н. Нысанбаев определяет межэтническое согласие как тип социально-этнического поведения и общения этносов и выделяет следующие его параметры: 1) наличие общих мировоззренческих оснований, общности исторических судеб, духовной близости; 2) достижение подлинного взаимопонимания, заключающегося не только в понимании другого этнического субъекта, но и его отношения к себе как равного партнера по общению; 3) создание условий и возможностей для постоянного и непрерывного взаимообмена во всех сферах жизни [177, с. 188-189].

В Қазақ әдеби тілінің сөздігі даются следующие определения: 1. сөз байласу, уәделесу, келісу; 2. келіссөз, шарт, бітім; 3. үйлесім, ұнасым, жарасым [170, с. 581].

В словарях С.И. Ожегова [178], Т.Ф. Ефремовой [179] дефиниции понятия *согласие* полностью совпадают с определением, данным в БАС, который содержит наиболее полную трактовку: 1. Утвердительный ответ на что-либо; позволение, разрешение. 2. Соглашение, взаимная договоренность. 3. Общность взглядов, мнений и т.п.; единомыслие, единодушие. 4. Взаимная дружба, мирные дружественные отношения. 5. Согласованность, слаженность, гармония [180, с. 107-108]. В Словаре Д.Н. Ушакова *согласие* дополняется новой семой «одобрение», сохраняя все определения БАС [181].

В рамках настоящего исследования из приведенного списка минимальных отличительных признаков лексемы *согласие*, объединенных в семантическое микрополе, для нас представляют интерес в первую очередь признаки под №3. Общность взглядов, мнений и т.п.; единомыслие, единодушие. 4. Взаимная дружба, мирные дружественные отношения. 5. Согласованность, слаженность, гармония, из которых можно выделить семы единомыслие, дружба, гармония. Подобных сем в определениях, данных в Словаре казахского литературного языка нами не обнаружено.

Выход в определениях на первое место лексем *утверждение, разрешение* и *позволение* подводит *согласие* к понятию *власть*.

Попытаемся проанализировать как ценности КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ актуализируются в языке казахско- и русскоязычной прессы.

Ценность КЕЛІСІМ встречается в 39 фрагментах казахскоязычной прессы, в том числе в газете «Егемен Қазақстан» – 19; «Айқын» – 11; «Білімді ел» – 9 фрагментов-источников. Представим частоту встречаемости в текстах исследуемых газет в виде диаграммы (рисунок 10).

Рисунок 10 – Процентное соотношение репрезентантов ценности

КЕЛІСІМ в казахскоязычной прессе

Ценность СОГЛАСИЕ встречается в 56 фрагментах русскоязычной прессы, в том числе в газете «Казахстанская правда» – 47; «Литер» – 5; «Образованная страна» – 4 фрагмента-источника. Представим частоту встречаемости в текстах исследуемых газет в виде диаграммы (рисунок 11).

Рисунок 11 – Соотношение репрезентантов ценности СОГЛАСИЕ

в русскоязычной прессе

Таким образом, нами проанализированы все фрагменты-источники ценностей КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ с точки зрения ценностных характеристик. Список всех проанализированных фрагментов с указанием характеристик приведен в Приложении Б. Список характеристик с указанием их частоты представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Текстовые характеристики ценностей КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характеристика | Казахскоязычная пресса | Русскоязычная пресса |
| Частота встречаемости во фрагментах (%) | Частота встречаемости во фрагментах (%) |
| 1 | 2 | 3 |
| Согласие входит в ряд других положительных ценностей, таких, как мир, независимость, суверенитет, единство, благополучие, толерантность, открытость | 31 (79,4 %) | 37 (66 %) |
| Идея согласия пропагандируется государством как приоритетная | 8 (20,5 %) | 11 (19,6 %) |
| Согласие является одной из ключевых составляющих мирного развития государства | 17 (43,5 %) | 14 (25 %) |
| Согласие нуждается в сохранении и укреплении | 7 (17,9 %) | 15 (26,7 %) |
| Согласие является результатом сознательного, целенаправленного и поступательного развития общества с целью преодоления конфликтов и социальных потрясений | 3 (7,6 %) | 3 (5,3 %) |
| Согласие представляет одну из традиционных духовных ценностей, которая требует возрождения | 2 (5,1 %) | 4 (7,1 %) |
| Политика государства направлена на сохранение ценности согласия и ее укрепление | 9 (23 %) | 18 (32,1 %) |
| Межнациональное согласие может противостоять деструктивным силам | 1 (2,5 %) | 7 (12,5 %) |
| Молодое поколение должно воспитываться на ценности согласие | 2 (5,1 %) | 4 (7,1 %) |
| Согласие является вечной ценностью | 1 (2,5 %) | 1 (1,7 %) |
| Согласие пропагандируется при поддержке государства посредством фотовыставки | 1 (2,5 %) |  |

*Согласие* выступает важным компонентом развития независимого Казахстан, что указано в Конституции Республики Казахстан в статье 1: Основополагающими принципами деятельности Республики являются: общественное согласие и политическая стабильность, экономическое развитие на благо всего народа ... [182]. Данное утверждение находит отражение и в прессе:

(52) *В этом немалая заслуга нашей Конституции, где четко и ясно изложены общие ценности, понятные и близкие всем казахстанцам. Она утвердила общественно-политическое единство,* ***согласие*** *и стабильность как ключевые* ***ценности*** *нашего общества* («Казахстанская правда», 30 августа 2019)

Дальнейшее концептуальное наполнение идея согласия получила в концепциях укрепления и развития казахстанской идентичности и единства, развития Ассамблеи народа Казахстана (до 2025 года). Ассамблея народа Казахстана создана в 1995 году и является уникальным общественным институтом казахстанской модели общественного единства, редким в современном мире инструментом межэтнического согласия. Ассамблея выступает в качестве координатора работы госорганов всех уровней и институтов гражданского общества по укреплению общественного согласия, казахстанской идентичности и единства. Приведем фрагменты-источники прессы, в которых четко отражена роль Ассамблеи как координатора по сохранению ценности КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ.

(53) *Біз тағы бір тарихи сәтке куә болдық. Елбасы Нұрсұлтан Назаербаевтың Қазақстан халқы Ассамблеясының Төрағасы лауазымын Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевқа табыстағанын көрдік. Демек, Ассамблея өз жұмысын әрі қарай сенімді түрде жалғастыра береді, сара жол сабақтастықпен жалғасын табады деп сенеміз. Татулық, бірлік, келісім сынды құндылықтар одан әрі насихатталады деп ойлаймын. Біздің бірінші байлығымыз – елдің татулығы. Бұл қай уақытта да маңызын жоғалтпауы керек* («Егемен Қазақстан», 29 сәуір 2021)

(54) *«Біздің ортақ міндетіміз қоғамдық келісім мен жалпыұлттық бірлікті сақтау – тәеулсіз Қазақстанның басты әрі даусыз табыстарының бірі. Біздің ынтамағымыз одан ары нығая берсін, ал жүрегі ортақ жетістіктер үшін мақтаныш пен алғысқа толы болсын» деген еді. Ассамблеяның міндеті – халық бірлігін, ынтымақтастығын нығайту, қазақстандық коғамның негізін қалаушы құндылықтар бойынша қоғамдық келісімді қолдау және дамыту* («Айқын», 09 қараша 2019)

(55) *Председатель АНК подчеркнул, что с момента обретения независимости для Казахстана всегда главной ценностью было единство народа, стабильность и согласие в обществе. В этом контексте была отмечена особая роль Ассамблеи народа Казахстана, которая празднует в этом году свое 25-летие* («Литер», 01 октября 2020)

Толерантность – приобретенное качество человека в процессе обучения и воспитания, межкультурного и межэтнического диалога и взаимодействия. Наиболее эффективными мерами по сохранению общественного согласия являются образование и воспитание молодежи в духе казахстанского патриотизма и ценностей толерантности и согласия, содействие сохранению духовных и нравственных ценностей казахстанского общества. Характеристика <молодое поколение должно воспитываться на ценности *согласие*> находит свое отражение в следующих фрагментах:

(56) *Мемлекет басшысының айтуынша, жасампаздық, бейбітшілік пен келісім, ел бірлігі, Отанға деген сүйеспеншілік және бәрімізге ортақ тағдыр жолы сынды біздің халқымызды біріктіретін құндылықтар жастардың басты бағдарына айналуы тиіс* («Айқын», 21 маусым 2019)

(57) *Говоря о ценностях, нужно отметить те из них, которые являются основополагающими, – это общественное согласие и общенациональное единство как базовые условия для развития экономики, политики, поддержания стабильности в стране. Важно, чтобы эти ценности воспринимались молодым поколением, чтобы были примерно общие подходы по их дальнейшему формированию и распространению* («Казахстанская правда», 12 февраля 2019)

(58) *Говоря о молодежи, Первый Президент неоднократно отмечал, что новое поколение должно не только получать знания – у молодых казахстанцев также необходимо формировать правильные ценности. «Важно усилить воспитательный компонент процесса обучения. Патриотизм, нормы морали и нравственности, межнациональное согласие и толерантность, физическое и духовное развитие, законопослушание. Эти ценности должны прививаться во всех учебных заведениях, независимо от формы собственности», – отметил Елбасы* («Казахстанская правда», 12 февраля 2019)

Тема казахстанского согласия в СМИ нередко связана с именем первого Президента страны. В прессе регулярно приводятся цитаты Елбасы о необходимости укрепления ценности *согласия* в обществе.

(59) *«Жаһандық әлем қуатты трансформацияны бастан өткеруде. Біз бәріміз қазірдің өзінде мүлде жаңа тарихи дәуірде өмір сүріп жатқанымызды түсінеміз. Экономика, қоғам өмірі және технологиялар түбегейлі өзгерді. Бұл жаңалықты қабылдап, көп нәрсені үйренеміз, біраз нәрсені істей аламыз. Бірақ бұл құбылмалы әлемде бір ғана мәңгілік әрі кешенді құндылық бар. Ол – қоғамның бірлігі мен ұлтаралық келісім, – деді Н. Назарбаев* («Айқын», 30 сәуір 2019)

(60) *И подводя результат и итог этой политики, Первый Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев имеет все основания сказать: «Межнациональный мир и согласие – наше общее завоевание и великая ценность, во многом определяющая общественную жизнь страны и ход ее новейшей истории. Все мы – единый народ, каждый из нас – его часть!»* («Казахстанская правда», 03 июля 2020)

Мудрая политика Елбасы выдвинула Казахстан в ряд государств мира с репутацией и авторитетом одного из самых перспективных в демократическом плане – а, следовательно, и общественно-политическом согласии – не только в постсоветском пространстве, но и в мире. Созданная национальным лидером успешная модель межэтнического и межконфессионального согласия может быть взята как образец для международного сообщества в присоединении других стран к культуре согласия и толерантности.

(61) *Біздің еліміз тәуелсіз ұлттық мемлекеттіліктің өзіндік үлгісін құра алды, оның негізгі құрамдастары: патриотизм, этномәдени дәстүрлер мен қоғамдық келісім құндылықтары болып табылады* («Білімді ел», 13 қараша 2019)

(62) *– Гражданский мир и межнациональное согласие – главные ценности единого народа Казахстана. Казахстанская модель формирования и упрочнения мира и согласия справедливо признана мировым сообществом. Она стала эталоном и предметом изучения для многих других стран. Сегодня межрелигиозное согласие в гармонии с политической и этнической стабильностью позволяют Казахстану взять на себя ответственную роль миротворца, модератора, честного брокера,– отметил Алтай Абибуллаев* («Казахстанская правда», 20 октября 2020)

В ходе анализа выявлено, что некоторые характеристики встречаются в единичных контекстах, в связи с чем их можно считать пограничными, например: <согласие является вечной ценностью>, <согласие пропагандируется при поддержке государства посредством фотовыставки>. Вместе с тем выделяется группа характеристик, которая повторяется с наибольшей регулярностью:

1) *согласие* входит в ряд других положительных ценностей таких, как мир, независимость, суверенитет, единство, благополучие, толерантность, открытость: в казахскоязычной прессе – 9 (23 %) референций; в русскоязычной прессе – 37 (66 %) референций;

2) политика государства направлена на сохранение ценности *согласие* и ее укрепление: в казахскоязычной прессе – 31 (79,4 %) референций; в русскоязычной прессе – 18 (32,1 %) референций;

3) *согласие* является одной из ключевой составляющих мирного развития государства: в казахскоязычной прессе – 17 (43,5 %) референций; в русскоязычной прессе – 14 (25 %) референций.

Все эти характеристики связаны с идеей поддержания мира и согласия, а также их укрепления в обществе. Этнополитическая ситуация в республике в целом стабильная, однако не лишена и временных межэтнических конфликтов, характеризующихся некоторым напряжением и остротой. Решение резонансных инцидентов происходит мирным путем. Один из таких инцидентов случился в Жамбылской области в феврале 2020 года.

(63) *Трагические события в Кордайском районе Жамбылской области показали казахстанцам, насколько хрупки и одновременно ценны для нас общественный мир и согласие. Произошедшее – повод еще раз осмыслить главные ценности нашего общества* («Казахстанская правда», 20 февраля 2020)

(64) *В ходе встречи своим мнением о путях выхода из непростой ситуации поделились председатель Совета ветеранов Кордайского района Абдибек Сеилханов, почетный гражданин Жамбылской области Толе Сугирбай. «Межэтническое согласие – наша главная ценность. Поэтому мы не должны допустить раскола в обществе», – резюмировал Касым-Жомарт Токаев* («Литер», 01 марта 2020)

Освещение этой конфликтной ситуации в русскоязычной прессе с использованием лексемы *согласие* как ценности свидетельствует о том, что русскоязычное СМИ передают официальную точку зрения властей. Здесь не акцентируется внимание на этнической составляющей конфликта. В то время как казахскоязычные СМИ поднимают этнический характер проблемы. В связи с этим в казахскоязычной прессе не обнаружены примеры с лексемой *келісім* по ситуации, произошедшей в этом регионе.

Характеристика <*согласие* входит в ряд других положительных ценностей таких, как мир, независимость, суверенитет, единство, благополучие, толерантность, открытость> занимает доминирующую позицию. Данный фактор можно объяснить тем, что лексемы *келісім / согласие* в большинстве случаев употребляются не одиночно, а совместно с такими лексемами, как *бірлік, татулық, тұрақтылық, мир, единство, толерантность* и др.

Репрезентация ценностей достигается, в основном, за счет лексических единиц языка. Журналисты открыто выражают свое отношение к ценностям КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ с помощью эпитетов в составе следующих словосочетаний: *басты құндылық, іргелі құндылық, негізгі құндылық, главная ценность, основная ценность, фундаментальная ценность* и др.

(65) *Еліміздің әлеуметтік-экономикалық табыстарының негізі – біздің* ***басты құндылықтарымыз*** *ретінде қала беретін азаматтық бейбітшілік, ұлтаралық және конфессияаралық* ***келісім*** *екені сөзсіз сөзсіз* («Білімді ел», 24 қаңтар 2018)

(66) *Бірақ мұндай ауыспалы шақта бір тұрақты* ***іргелі******құндылық*** *бар – бұл қоғамның бірлігі мен ұлтаралық* ***келісім***(«Егемен Қазақстан», 29 сәуір 2019)

(67) *Өзгермелі ортадағы тұрақты* ***негізгі******құндылық*** *– бұл қоғамның бірлігі және ұлтаралық* ***келісім*** *– болашақ әлемдегі бәсекеге қабілеттілігімізді айқындайтын осы маңызды фактор. Егер қазақтар бірігіп, бірлесе әрекет етсе, халықтың мақсаты сонда ғана орындалады* («Білімді ел», 22 сәуір 2021)

(68) *Мнение каждого гражданина, проголосовавшего 9 июня, очень важно – потому что дружба,* ***согласие****, мир и единство народа – наши* ***главные******ценности****. Наш общий долг – беречь как зеницу ока эти ценности* («Казахстанская правда», 12 июня 2019)

(69) *Поэтому молодым гражданам необходимо прививать* ***главные*** *человеческие* ***ценности*** *– патриотизм, нормы морали и нравственности, принципы межнационального* ***согласия*** *и толерантности («Казахстанская правда», 17 января 2018)*

(70) *Общенациональное единство, мир, стабильность и* ***согласие*** *в нашем обществе, экономический и технологический рост на основе цифровой экономики и инноваций, общественная безопасность –* ***основные ценности*** *для каждого гражданина Казахстана, независимо от национальности и вероисповедания, готового строить нашу общую процветающую Родину* («Казахстанская правда», 18 октября 2018)

(71) *Но в этом мире переменных величин есть одна постоянная* ***фундаментальная******ценность*** *– это единство общества и межнациональное* ***согласие****. Ценность, ставшая нам привычной, как воздух, которым мы дышим. Именно этот важнейший фактор определяет нашу конкурентоспособность в будущем мире* («Казахстанская правда», 30 апреля 2019)

Используя данные прилагательные в словосочетаниях с лексемой ценность, автор еще больше подчеркивает значимость и нужность согласия.

Согласие как ценность находит свое отражение и в паремиолоическом фонде казахского и русского языков.

*Ұрыстың мерейі – ерлік, Ырыстың мерейі – бірлік. Татулық – табылмас бақыт. Согласие крепче каменных стен. Мир да лад – большой клад. Мир строит –* [*война*](http://www.folklora.ru/2016/04/poslovicy-pogovorki-vojna-mir.html) *разрушает. Народам нужен мир, а не военный мундир.*

Сочетание ценности СОГЛАСИЕ с этими лексемами подтверждено и полученными данными в результате проведения SEO анализа, по итогам которого семантическое ядро ценности СОГЛАСИЕ составляют:

1) имена существительные и частотность их встречаемости: *единство* – 33; *мир* – 22; *общество* – 21; *страна* – 20; *народ* – 17; *поколение* – 14; *стабильность* – 14; *независимость* – 12; *государство* – 10; *президент* – 10 и др.;

2) имена прилагательные и частотность их встречаемости: *межэтнический* – 9; *общественный* – 9; *общий* – 9; *казахстанский* – 8; *межнациональный* – 8; *национальный* – 8; *межконфессиональный* – 6; *молодой* – 6 и др.;

3) глагольные предикативы; *отметить* – 12; *сохранить* – 9; *являться* – 6; *беречь* – 5; *отмечать* – 4; *оставаться* – 3 и др.

SEO анализ фрагментов-источников ценности КЕЛІСІМ выявил следующее ее семантическое ядро:

1) имена существительные и частотность их встречаемости: *бейбітшілік* (мир)– 12; *бірлік* (единство)– 12; *татулық* (согласие) – 7; *қоғам* (общество) – 6; *мемлекет* (государство) – 5; *достық* (дружба) – 4; *өмір* (жизнь)– 4 и др.;

2) имена прилагательные и частотность их встречаемости: *ортақ* (общий) – 11; *ұлттық* (национальный)– 10; *ұлтаралық* (межнациональный) – 9; *келісімді* (гармоничный) – 8; *этносаралық* (межэтнический) – 7; *қоғамдық* (общественный)– 7; *басты* (главный)– 6; *маңызды* (важный) – 5 и др.;

3) глагольные предикативы: *сақтау* (сохранять)– 5; *айналу* (превратиться)– 4; *нығайту* (укреплять) – 4 и др.

Самыми распространенными глаголами являются *сохранить* – 9; *сақтау* (сохранять)– 5; *беречь* – 5; *нығайту* (укреплять) – 4 и др.

Таким образом, тема согласия является актуальной для любого общества, в частности казахстанского, ввиду его многонациональности. Согласие способствует взаимопониманию людей, соответственно, к сближению народов, выступает результатом такого единства, целостности, сотрудничества. Из анализа материала прессы видно, что согласие является своеобразным политическим ресурсом обеспечения безопасности и стабильности в государстве, и средства массовой информации играют важнейшую роль в его обеспечении.

2.1.3 Репрезентация ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ

в языке казахско- и русскоязычной прессы Казахстана

Одной из ключевых ценностей в пространстве современного казахстанского общества является ценность ПАТРИОТИЗМ, которая выступает как знаковая доминанта для всех государственных институтов и отдельного индивида. Патриотизм – явление многогранное, это не только мысли и чувства о родине, но прежде всего активная гражданская позиция. Тем не менее идея патриотизма входит в сферу интересов изучения лингвистов. Наличие большого количества проживающих в Казахстане этнических групп и национальных языков делает особенно актуальной проблему патриотизма, которым всегда славился казахский народ. Активизация интереса к патриотизму наблюдается в последние годы.

В научной литературе существует множество дефиниций понятия «патриотизм». Остановимся на дефиниции, данной в коллективной монографии «Ценности и идеалы независимого Казахстана»: патриотизм – одна из определяющих непреходящих духовных ценностей, свойственная человеку, присущая всем сферам жизни общества и государства, положительно характеризующая высший уровень развития личности, степень сплоченности общества и проявляющаяся в активной саморелизации на благо общества [183, с. 16]. Проблема репрезентации ценности ПАТРИОТИЗМ в казахстанских СМИ рассматриваются в статье А.С. Кожахметовой [184, с. 419-422].

Лексеме *отансүйгіштік* в Қазақ әдеби тілінің сөздігі дается следующее определение: туған елді, туған жерді сүю, қадірлеу, қастерлеу қасиеті, отаншылдық [170, с. 40].

В БАС *патриотизм* определяется как любовь к своему отечеству, преданность своему народу, готовность к любым жертвам и подвигам во имя интересов своей родины || преданность чему-либо, горячая любовь к чему-либо (своему делу, краю и т.п.) [185, с. 297]. В «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова сема «любовь к отечеству, преданность своему народу» дополняется таким новым значением, как «привязанность к отечеству, своему народу» [186]. Аналогичная дефиниция лексемы *патриотизм* дается и у С.И. Ожегова, за исключением семантического признака «привязанность» [187]. В словаре Т.Ф. Ефремовой представлено наиболее полное толкование лексемы *патриотизм*. Оно созвучно пониманию *патриотизма* в БАС, только дополнено не менее важным семантическим признаком «ответственность»: любовь к своему отечеству, преданность своему народу и ответственность перед ним, готовность к любым жертвам и подвигам во имя интересов своей Родины [188].

Как видим, современное определение понятия *патриотизм* практически идентично словарному определению 1959 года. Таким образом, лексема *патриотизм* обладает такими семантическими характеристиками, как *любовь к своему отечеству, преданность своему народу, готовность к любым жертвам и подвигам, привязанность к отечеству, ответственность*.

Ценность ОТАНСҮЙГІШТІК встречается в 31 фрагменте казахскоязычной прессы, в том числе в газете «Егемен Қазақстан» – 17; «Айқын» – 6; «Білімді ел» – 8 фрагментов-источников. Представим частоту встречаемости в текстах исследуемых газет в виде диаграммы (рисунок 12).

Рисунок 12 – Процентное соотношение репрезентантов ценности

ОТАНСҮЙГІШТІК в казахскоязычной прессе

В русскоязычной прессе ценность ПАТРИОТИЗМ встречается в 34 фрагментах, в том числе в газете «Казахстанская правда» – 29; «Литер» – 2; «Образованная страна» – 3 фрагмента-источника. Представим частоту встречаемости в текстах исследуемых газет в виде диаграммы (рисунок 13).

Рисунок 13 – Процентное соотношение репрезентантов ценности

ПАТРИОТИЗМ в русскоязычной прессе

Таким образом, нами проанализированы фрагменты-источники ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ с точки зрения ценностных характеристик. Список всех проанализированных фрагментов с указанием характеристик приведен в Приложении В. Список характеристик с указанием их частоты встречаемости представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Текстовые характеристики ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характеристика | Казахскоязычная пресса | Русскоязычная пресса |
| Частота встречаемости во фрагментах (%) | Частота встречаемости во фрагментах (%) |
| 1 | 2 | 3 |
| Патриотизм занимает важное место в системе ценностей, таких как общественное согласие, толерантность, единство, добро и т.д. | 15 (48,3 %) | 20 (58,8 %) |
| Огромное значение в воспитании патриотизма принадлежит таким социальным институтам, как семья, школа, университет | 7 (22,5 %) | 6 (17,6 %) |
| Патриотизм связан с государственностью и вызывает чувство национальной гордости | 5 (16,1 %) | 5 (14,7 %) |
| Политика государства направлена на укрепление патриотизма | 9 (29 %) | 20 (58,8 %) |
| Патриотизм в Республике Казахстан характеризуется как казахстанский | 4 (12,9 %) | 4 (11,7 %) |
| Патриотизм пропагандируется посредством СМИ, фильмов, конкурсов | 3 (9,6 %) | 2 (5,8 %) |
| Традиционность советского патриотизма проявилась во время Великой Отечественной войны | 1 (3,2 %) | 3 (8,8 %) |
| Подрастающему поколению требуется стройная система по воспитанию патриотизма | 9 (29 %) | 8 (23,5 %) |
| Патриотизм призывает к личной ответственности |  | 1 (2, 9 %) |
| Против казахстанского патриотизма ведется внешняя скрытая агрессия |  | 2 (5,8 %) |
| Патриотизм нуждается в сохранении и укреплении | 4 (12,9 %) |  |

Повышенное внимание к патриотизму как к одной из важнейших ценностей казахстанского общества позволяет зафиксировать важность патриотического компонента в жизнеобеспечении многонационального Казахстана. Значительное количество примеров из прессы свидетельствует о том, что воспитанию патриотизма требуется уделять особое внимание. Школа и образовательные учреждения – то место, где возможно целенаправленное воспитание граждан и патриотов страны, усиление воспитательного компонента наряду с образовательным. Основы патриотического воспитания должны закладываться на раннем этапе социализации, а далее укрепляться и модифицироваться на всех этапах получения образования и «врастания» индивида в общество. Патриотическое воспитание молодежи – гарант стабильности государства и государственная политика по патриотическому воспитанию направлена именно на такой социальный слой общества, как молодежь, что можно проследить на следующих примерах:

(72) *Осыған орай, өскелең ұрпақтың бойында сыбайлас жемқорлыққа нөлдік төзбеушілік, адалдық, әділдік, парасаттылық және отансүйгіштік сияқты құндылықтарды қалыптастыру мақсатында Маңғыстау облысының білім беру мекемелерінде «Адалдық сағаты» шарасы өткізілді* («Егемен Қазақстан», 06 қараша 2019)

(73) *Знания, умения и навыки учащиеся приобрели по программе математика для 6 класса по темам «Сложение, вычитание, умножение, деление рациональных чисел , а также дополнительную информацию по истории, географии для привития ценностей, основанные на национальной идее «Мәңгілік Ел»: казахстанский патриотизм и гражданская ответственность, уважение, сотрудничество, труд и творчество, образование в течение всей жизни* («Образованная страна», 15 декабря 2018)

Лексемы *өскелең ұрпақ* (подрастающее поколение), *білім беру мекемелері* (образовательные учреждения), *учащиеся, образование* и др. при языковом воплощении ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ указывают на то, что она являются актуальной в образовательном процессе для формирования новой национальной идеи (казахстанский патриотизм).

Высокочастотными характеристиками в прессе обоих языков являются следующие:

1) *патриотизм* занимает важное место в системе ценностей, таких как общественное согласие, толерантность, единство, добро и т.д.: в казахскоязычной прессе – 15 референций (48,3 %); в русскоязычной прессе – 20 референций, что составляет 58,8 %;

2) политика государства направлена на укрепление патриотизма – 9 (29 %) референций в казахскоязычной прессе; 20 референций (58,8 %) в русскоязычной.

Эти характеристики свидетельствуют о том, что патриотизм в современных условиях становится идеологией и основой государства. Ценности ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ являются ключевыми и находятся наряду с такими важными ценностями, как *согласие, толерантность* и др., что отражено в материалах прессы:

(74) *Біздің еліміз ұлттық мемлекеттіліктің өзіндік үлгісін құра алды, оның негізгі құрамдастары: патриотизм, этномәдени дәстүрлер мен қоғамдық келісім құндылықтары болып табылады* («Білімді ел», 13 қараша 2019)

(75) *При этом мы понимаем, что никакие экономические и социальные достижения не сделают государство сильным и процветающим, если оно не будет духовно богатым. Нашему активно развивающемуся Казахстану нужны креативно мыслящие, интеллектуально и духовно развитые люди, подлинные патриоты. Поэтому молодым гражданам необходимо прививать главные человеческие ценности – патриотизм, нормы морали и нравственности, принципы межнационального согласия и толерантности* («Казахстанская правда», 17 января 2018)

Вторая по релевантности характеристика <политика государства направлена на укрепление патриотизма> указывает на важность консолидации в отношении идеи патриотизма, так как наблюдаются определенные посягательства на него. Характеристика <против казахстанского патриотизма ведется внешняя агрессия> указывает на этот фактор:

(76) *Как было отмечено на встрече, это* ***ценности*** *–* ***патриотизм****, открытость новому, взаимное уважение, межэтническое согласие, стремление к знаниям. Для того чтобы они не оставались без внимания, их необходимо всячески продвигать, чтобы не допустить подмены этих конструктивных ценностей на другие идеи, навязанные извне и чаще всего – разрушительные* («Казахстанская правда», 16 июня 2021)

В основе понимания патриотизма лежит антиномия «свой – чужой». Данный компонент транслируется посредством лексем: *подмена; идеи, навязанные извне; разрушительные* и др. Отобранные в воздействующих целях лексемы *взаимное уважение, межэтническое согласие, стремление к знаниям* и др. внушают мысль о важности патриотизма. Картина мира «своя» противопоставляется картине мира «чужая» на основании соответствия / несоответствия системе ценностей.

(77) *«****Мәңгілік Ел» идеясын білім беру мен тәрбиелеуде іске асыру тетіктеріне білім беру құндылықтарына қазақстандық патриотизм және азаматтық жауапкершілікті, ашықтық пен ынтымақтастықты қалыптастыру, өмір бойы білім алу және тағы да басқалар жатады*** («Білімді ел», 11 ақпан 2021)

(78) *Глава государства отметил, что понятие «****казахстанский******патриотизм****» для всех должно быть национальной* ***ценностью****, вся идеология должна быть направлена на формирование безграничной любви к Родине, и призвал молодежные организации страны поддержать эту благородную инициативу* («Казахстанская правда», 11 октября 2019)

Лексема *патриотизм* усилена прилагательными ***қазақстандық;*** *казахстанский*.

Существует несколько каналов трансляции патриотизма (семья, религия, СМИ и др.). Характеристика <патриотизм пропагандируется посредством СМИ, конкурсов, фильмов и т.д.> способствует его укреплению и воспитанию у граждан. Показатель частотности употребления этой характеристики составляет 3 (9,6 %) в казахскоязычной и 2 референции (5,8 %) в русскоязычной прессе.

(79) *Ерлікті дәріптеу, бүгінгі ұрпаққа жеткізу маңызды. Осы орайда Түркістан облысындағы «Балдәурен» республикалық оқу-сауықтыру орталығы филиалында Рейхстагқа Жеңіс туын тіккен, Халық Қаһарманы Рақымжан Қошқарбаевтың ерлігіне құрмет көрсету, есімін ардақтау, жастардың бойына отансүйгіштік құндылықтарды дарыту, патриотизмге тәрбиелеу мақсатында «Рақымжан – Жеңіс сарбазы!» ерлікке тағзым эстафетасы өтті* («Егемен Қазақстан», 18 мамыр 2021)

(80) *Несмотря на то, что определились лучшие, она считает, что каждая семья-участница стала по-своему победительницей, ведь они хранят и передают главные ценности человечества и на деле доказывают, что нет на свете ничего важнее семьи. – Глядя на тех, кто во главу угла ставит патриотизм, воспитание, образование, духовное богатство и народные традиции, понимаешь, что будущее страны в надежных руках, – отметила Сулушаш Курманбекова* («Казахстанская правда», 10 июня 2019)

Текст построен на цитатах, и фразеологизм *ставить во главу угла*, который становится оценочным стержнем этого текста, добавляет ценности ПАТРИОТИЗМ выразительность. Важность ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ передана с помощью предикатной лексики, преимущественно глагольными лексемами и репрезентирована следующими сочетаниями: *отансүйгіштік құндылықтарды дарыту* (воспитывать патриотические ценности); *патриотизмге тәрбиелеу* (воспитывать патриотизму); *хранить и передавать главные ценности человечества; ставить патриотизм во главу угла* и др.

Анализ газетного материала показывает, что контекст, в котором упоминается тема патриотизма, чаще всего связан с патриотическим воспитанием. Если система ценностей не подкреплена конкретными ее воплощениями, то существует вероятность того, что она останется простым перечнем декларативных положений. Одним из главных, магистральных путей воплощения ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ являются Программы, принимаемые государством, такие как «Рухани жаңғыру», Патриотический акт «Мәңгілік Ел», статья «Семь граней Великой степи» и др., которые базируются на патриотизме. В прессе это отражено в следующих фрагментах-источниках:

(81) *Еліміздің тұңғыш Президенті, Елбасы Нұрсұлтан Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: Рухани жаңғыру» атты бағдарламалық және «Ұлы даланың жеті қыры» мақалаларындағы тапсырмаларын жүзеге асыру шеңберінде Арқалық қаласында өткен ауыл жастарының «Көктем көркі – қызғалдақ» облыстық форумы жастарды белсенді азаматтық ұстанымды қалыптастыруға және олардың арасында патриоттық құндылықтарды дамытуға жұмылдыруды мақсат етті* («Егемен Қазақстан», 04 мамыр 2019)

(82) *Следующим Президент затронул вопрос воспитания, назвав его стержнем качественного образования. Он отметил значимость привития детям таких качеств, как патриотизм и готовность прилагать силы для развития своей страны, уважения к своей истории, культуре и традициям, а также отдельно сказал о важности воспитания в молодых людях «экологичного сознания», бережного отношения к природе и окружающей среде. Все эти установки напомнил Глава государства, отражены в программных статьях Елбасы «Рухани жаңғыру» и «Семь граней Великой степи», и педагогам предстоит продвигать эти ценности на всех ступенях образования* («Казахстанская правда», 19 августа 2019)

Менее приоритетную позицию при исследовании репрезентации аксиологической семантики ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ занимает характеристика <традиционность советского патриотизма проявилась во время Великой Отечественной войны>.

Приметой времени является связь ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ с Казахстаном, в частности, в плане национальной идентичности ожидаемо воспринимается как казахстанский патриотизм.

Таким образом, в ходе анализа аксиологической семантики репрезентации ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ нами выявлены некоторые существенные составляющие этих ценностей, к которым можно отнести социальные институты (школа, университет и др.), государственность, система по воспитанию, личная ответственность и т.д. Анализ частотности репрезентации позволяет сделать вывод о приоритетных характеристиках, присущих ценностям ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ в казахско- и русскоязычной прессе. Так, таковыми являются < патриотизм занимает важное место в системе ценностей, таких как *общественное согласие, толерантность, единство, добро* и т.д.>; <политика государства направлена на укрепление патриотизма>.

SEO анализ ценности ОТАНСҮЙГІШТІК выявил следующее ее семантическое ядро:

1) имена существительные и частотность их встречаемости: *білім* (образование)– 17; *құрмет* (уважение), *өмір* (жизнь) – 8; *жастар* (молодежь)– 5; *адалдық* (честность), *адамгершілік* (гуманность) – 4 и др.;

2) имена прилагательные и частотность их встречаемости: *ұлттық* (национальный)– 15; *қазақстандық* (казахстанский) – 8; *жас* (молодой)*, рухани* (духовный)– 6; *азаматтық* (гражданский), *жаңа* (новый)– 5 и др.;

3) глагольные предикативы: *білім беру* (прививать знания) – 5; *алу* (получать), *білім алу* (получать знания) – 4; *дәріптеу* (превозносить), *тәрбиелеу* (воспитывать)– 3 и др.

SEO анализ указывает на то, что ценность ПАТРИОТИЗМ близка к ценности СОГЛАСИЕ и семантическое ядро ценности ПАТРИОТИЗМ составляют:

1) имена существительные и частотность их встречаемости: *страна* – 13; *согласие,* *уважение* – 8; *государство, народ* – 7; *образование,* *воспитание, культура,* *независимость* – 6 и др.;

2) имена прилагательные и частотность их встречаемости: *важный, новый* – 8; *духовный* – 7; *казахстанский* – 6; *национальный* – 4; *главный, гражданский* – 3 и др.;

3) глагольные предикативы: *отметить* – 13; *развиваться* – 3; *воплотить, завоевать,* *основать* – 2 и др.

Лексемы ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, кроме своего прямого номинативного значения, могут использоваться для выражения идеологических взглядов говорящего, особенно при употреблении в медийном дискурсе с целью речевого воздействия и даже манипуляции. В функционировании в качестве идеологемы ценность ПАТРИОТИЗМ в контексте употребления I лица мн.ч. (*мы*) актуализует положительные субъективно-оценочные смыслы, которые адресаты должны облигаторно разделять вместе с говорящим.

(83) *Духовной основой любого общества является опора на традиционные* ***ценности****: уважение к языку и культуре, нравственность, семья, связь поколений,* ***патриотизм*** *и толерантность.* ***Мы должны*** *вдохновляться истинным* ***патриотизмом*** *и вместе работать над укреплением нашей священной Независимости* («Казахстанская правда», 14 января 2021)

(84) *Рухани байлық,* ***патриотизм құндылығы****, мемлекеттік тілді дамыту – елдің жетістікке жетуінің кепілі. Егер азаматтарымызды Отанға деген махаббат, тарих пен ата-баба мұрасына құрмет, тұлғалық дамуға ұмтылыс және айналасындағы жандарға жанашырлық қасиеттері жұмылдыратын болса, еліміз кез келген қиындықты еңсеріп, алда тұрған мақсаттарға еркін қол жеткізеді* («Егемен Қазақстан», 12 маусым 2020)

В этих примерах эксплицируются такие позитивно-оценочные составляющие ценности ПАТРИОТИЗМ, как *Отанға деген махаббат, тарих пен ата-баба мұрасына құрмет, любовь к Родине, гордость своим языком, культурой, толерантностью* и др. Особое эмоциональное переживание своей принадлежности к стране, языку, традициям и др.

Каждый человек испытывает к своей Родине особое трепетное чувство, поэтому ценность ПАТРИОТИЗМ является основным для паремиологической системы как казахского, так и русского языков. *Туған жердей жер болмас, туған елдей ел болмас. Туған жердің күні де ыстық, түні де ыстық. За Родину, за честь – хоть голову снесть. Родина – мать, умей за нее постоять. Нет в мире краше Родины нашей.*

При рассмотрении соотношения встречаемости ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ в газетах, можно наблюдать, что контексты, содержащие тему патриотизма, в казахскоязычной прессе в газете «Егемен Қазақстан» составляют 55 %, в то время как в русскоязычной прессе эта тема значительно превалирует в газете «Казахстанская правда» (85 %).

**2.2 Ассоциативный эксперимент «Ценности глазами казахстанцев»**

В определении «лестницы ценностей» в картине мира человека эффективным способом является ассоциативный эксперимент. Теория и практика проведения ассоциативного эксперимента именно в лингвистике разработана такими учеными, как Ч. Осгуд, А.А. Залевская, Ю.Н. Караулов, Н.В. Уфимцева, Р.М. Фрумкина, Н.В. Дмитрюк и др.

Ассоциативный эксперимент проводится с целью получения первых возникающих ассоциаций и реакций на слова-стимулы от испытуемых. Обычно различают три вида ассоциативных экспериментов:

1) свободный ассоциативный эксперимент, в котором испытуемому предлагают ответить словом – R, первым пришедшим в голову при предъявлении слова-стимула – S, при этом им не дается никаких ограничений;

2) направленный ассоциативный экспериментатор некоторым образом ограничивает выбор предполагаемого слова R, накладывая определенные ограничения (например, отвечать только существительными и т.д.);

3) цепочечный ассоциативный эксперимент, в котором испытуемому предлагают ответить любым количеством слов – Ri, первыми пришедшими в голову при предъявлении слова-стимула – S, ничем не ограничивая ни формальные, ни семантические особенности слов [189, с. 16].

В нашем исследовании применен цепочечный ассоциативный эксперимент, в котором респонденты отвечали до пяти реакций на заданные слова-стимулы, а именно ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ. Выбор данных слов объясняется тем, что они являются по результатам нашего исследования доминантными ценностями в современной казахстанской прессе. И нами поставлена задача проследить какое место они занимают в обыденном языковом сознании казахстанцев.

Задания ассоциативного эксперимента подготовлены отдельно на казахском и русском языках, с целью проведения сопоставительного анализа языкового сознания респондентов, мыслящих по-казахски и по-русски. Выбор двух языков обоснован тем, что подавляющее большинство населения республики – билингвы.

Параметры в анкетах для испытуемых были следующими: возраст, пол, язык мышления и до пяти ассоциаций, пришедших им в голову первых реакций (слов любой части речи) на слова-стимулы ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ.

Для объективности результата необходимо привлечь наибольшее количество респондентов (минимум – 100 испытуемых) с учетом возрастных характеристик испытуемых, и их половой принадлежности [189]. Нами принят во внимание гендерный состав информантов, так как, по утверждению составителей Казахского ассоциативного словаря, «языковое сознание мужчин и женщин – разное, их мировидение, миропонимание, ощущения и способы их выражения, мышление, поведение, речь – различны у мужчин и женщин» [190, с. 9]. С целью получения наиболее полной и объективной картины отражения исследуемых ценностей, для участия в эксперименте привлекались мужчины и женщины разного возраста (от 16 до 66 лет), так как аксиологическая картина мира имеет свои индивидуальные, обусловленные возрастом черты в понимании ценностей. Языковые реакции ассоциативного эксперимента получены исследователем лично в ходе обработки 100 анкет испытуемых.

Ассоциативный эксперимент проводился в несколько этапов.

Первый этап включал разработку анкеты, определение ее формата. В содержание анкеты включены следующие данные: цели анкетирования; текст самой анкеты; респондентами указываются данные о себе: возраст, пол, язык мышления. Затем представлены следующие 3 задания для казахскоязычной аудитории (респонденты):

1) ОТБАСЫ сөзін естігенде немесе көргенде қандай ассоциацияларға тап боласыз? 5 сөзге дейін жазыңыз.

2) ОТАНСҮЙГІШТІК сөзін естігенде немесе көргенде қандай ассоциацияларға тап боласыз? 5 сөзге дейін жазыңыз.

3) КЕЛІСІМ сөзін естігенде немесе көргенде қандай ассоциацияларға тап боласыз? 5 сөзге дейін жазыңыз.

Для русскоязычной аудитории (респонденты) предложены те же 3 задания в переводе на русский язык:

1) Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите или видите слово СЕМЬЯ? Напишите, пожалуйста, до 5 слов.

2) Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите или видите слово ПАТРИОТИЗМ? Напишите, пожалуйста, до 5 слов.

3) Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите или видите слово СОГЛАСИЕ? Напишите, пожалуйста, до 5 слов.

Второй этап состоял в проведении анкетирования. В современной ситуации, связанной с пандемией и повсеместным ограничением межличностных контактов, исследователь использовал социальные сети, активную ссылку на анкету в электронном варианте на онлайн-платформе Google Forms (Гугл Формы) для проведения и анализа интервью, на основе которой легко провести опрос и получить ответы. Этот опрос проведен в онлайн-формате, так как его удобно отправлять одновременно многим людям и получать ответы за короткий период времени. Кроме того, онлайн-интервью экономят энергию, деньги и экологичны, так как не требуют распечатки. Интервью проведено анонимно, чтобы снизить давление на респондентов, чтобы испытуемые не чувствовали беспокойства или какого-либо стресса во время ответа; никто, кроме исследователя не может просмотреть ответы испытуемого. Большим преимуществом онлайн-платформы Google Forms является простота использования, удобный и понятный интерфейс, все результаты рассчитываются автоматически, статистика по ответам выводится в виде графиков и диаграмм.

На третьем этапе проведен статистический анализ и обработка результатов анкетирования. В первом столбце таблицы представлен список ответов-реакций и числа, соответствующие количеству ассоциативных ответов на предложенное слово-стимул. Упорядочивание производилось по убыванию частотности: от слов с самой высокой частотой встречаемости до слов с единичной встречаемостью. Реакции на каждый слово-стимул группировались по алфавиту и по морфолого-грамматической соотнесенности: имена существительные, имена прилагательные, причастия, глаголы, местоимения, словосочетания и предложения. Разные формы одного слова считаются одной лексемой, объединяются, и тогда в скобках даются пометы, например: на слово-стимул ОТБАСЫ ассоциация *туыстар* (родственники, в т.ч. *туыстар (туған-туыс, ағайын-туыс, туысқандар).* Формы слов даются без перевода. Во второй графе таблицы указывается общее число ассоциаций на данное слово-стимул, в последующих двух графах фиксируется количество ответов, принадлежащих мужчинам и женщинам. Единичные ответы приводятся не в столбик, а в строчку и объединены: все мужские ответы в одну ячейку, все женские – в другую; при этом единичные ответы также представлены в алфавитном порядке. Слова-стимулы и ответы-реакции, данные на казахском языке, представлены в переводе на русский, что облегчает процесс сопоставления вербальных ассоциаций. Отметим, что не всеми респондентами дано по 5 реакций. При обработке ответов-реакций учитывались все ассоциаты, в том числе и единичные (индивидуальные, нестандартные).

На четвертом этапе проводились анализ и интерпретация результатов; классификация и др.

На завершающем этапе сформулированы выводы, дано их обоснование.

Ниже представлен интерфейс с е-платформы Google Forms с указанием содержания анкеты и предложенных заданий. Анкета представлена на казахском и русском языках (рисунок 14).

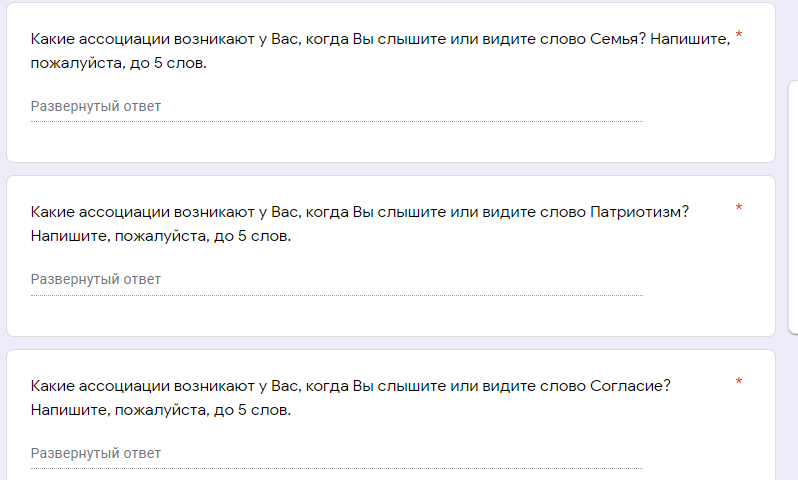
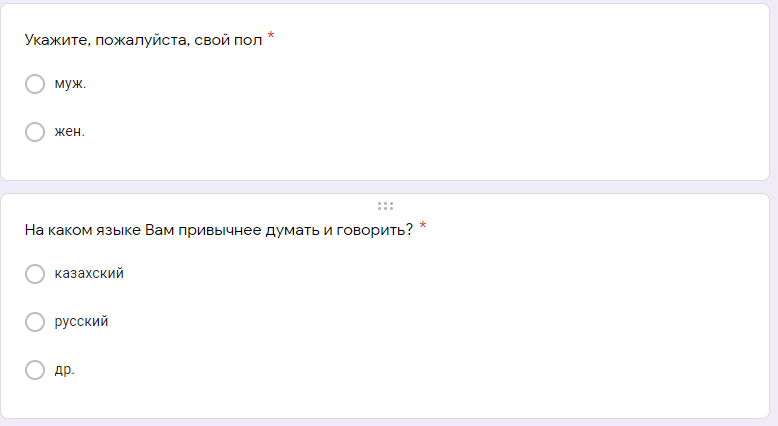
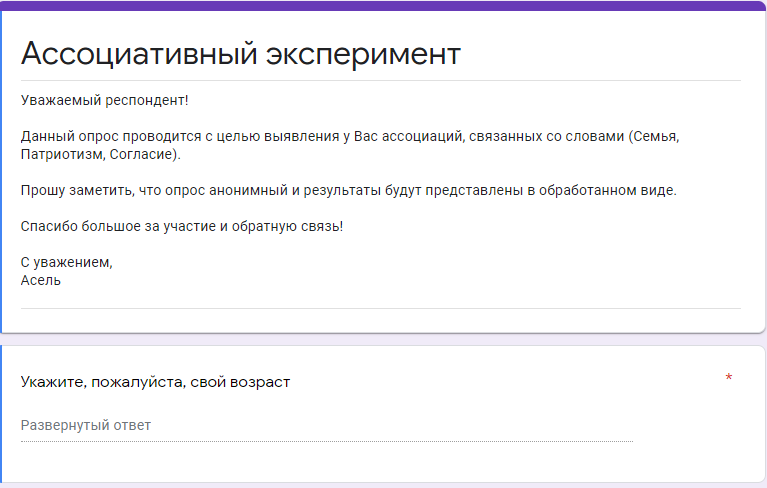
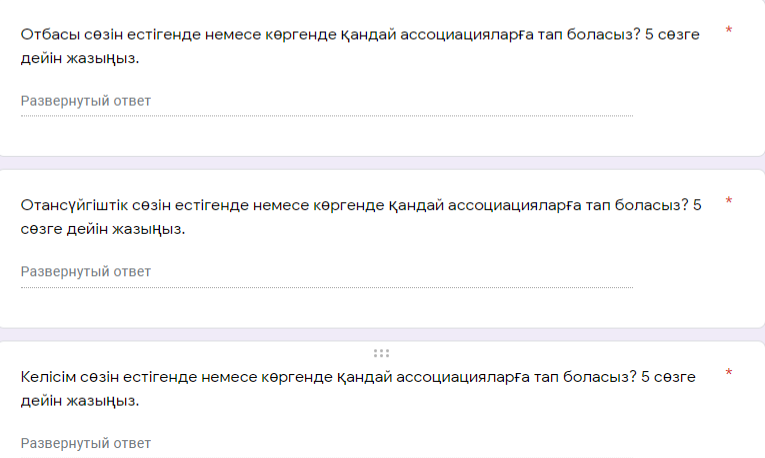
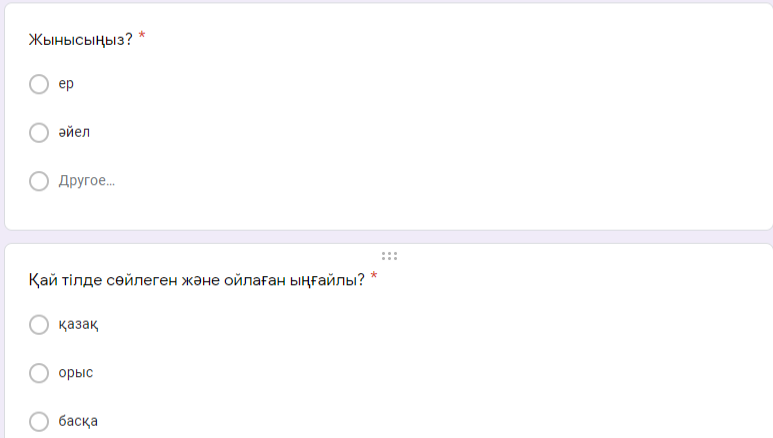
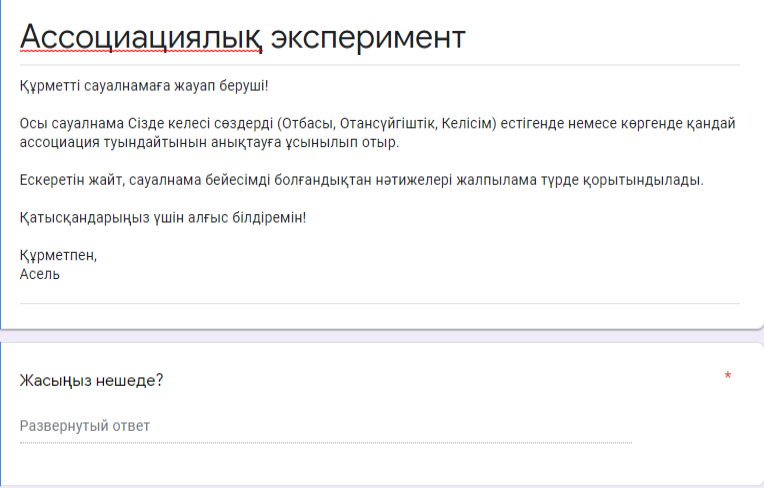


Рисунок 14 – Интерфейс платформы Google Forms для проведения анкетирования (на казахском и русском языках)

Для казахскоязычной аудитории (респонденты) предложена анкета со словами-стимулами ОТБАСЫ, ОТАНСҮЙГІШТІК, КЕЛІСІМ. Количество респондентов, принимавших участие в эксперименте, – 50 человек. Представим количественные сведения об испытуемых (таблица 13, рисунки 15, 16).

Таблица 13 – Возраст респондентов

|  |  |
| --- | --- |
| Возраст респондентов | Процентное соотношение |
| 19 | 26 % |
| 18 | 8 % |
| 33 | 6 % |
| 32 | 6 % |
| 43 | 4 % |
| 39 | 4 % |
| 36 | 4 % |
| 24 | 4 % |
| 23 | 4 % |
| 21 | 4 % |

Продолжение таблицы 13

|  |  |
| --- | --- |
| 65 | 2 % |
| 51 | 2 % |
| 48 | 2 % |
| 47 | 2 % |
| 46 | 2 % |
| 41 | 2 % |
| 37 | 2 % |
| 35 | 2 % |
| 31 | 2 % |
| 30 | 2 % |
| 29 | 2 % |
| 27 | 2 % |
| 22 | 2 % |
| 20 | 2 % |

В анкетировании приняли участие 30 лиц мужского пола и 20 лиц женского. Данные представлены в виде диаграммы (рисунок 15).

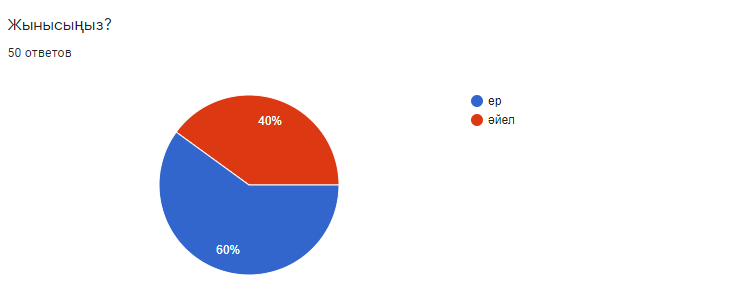


Рисунок 15 – Гендерный состав респондентов

Для 44 человек языком мышления является казахский, для 6 – русский. Данные представлены в виде диаграммы (рисунок 16).



Рисунок 16 – Язык мышления респондентов

Для русскоязычной аудитории (респонденты) предложена анкета со словами-стимулами СЕМЬЯ, ПАТРИОТИЗМ, СОГЛАСИЕ. Количество респондентов, принимавших участие в эксперименте, – 50 человек. Представим количественные сведения об испытуемых (таблица 14, рисунки 18, 19).

Таблица 14 – Возраст респондентов

|  |  |
| --- | --- |
| Возраст респондентов | Процентное соотношение |
| 16 | 16 % |
| 47 | 8 % |
| 41 | 8 % |
| 20 | 8 % |
| 60 | 4 % |
| 56 | 4 % |
| 48 | 4 % |
| 45 | 4 % |
| 25 | 4 % |
| 21 | 4 % |
| 19 | 4 % |
| 18 | 4 % |
| 17 | 4 % |
| 66 | 2 % |
| 57 | 2 % |
| 51 | 2 % |
| 46 | 2 % |
| 44 | 2 % |
| 43 | 2 % |
| 40 | 2 % |
| 39 | 2 % |
| 37 | 2 % |
| 34 | 2 % |
| 32 | 2 % |
| 31 | 2 % |

В анкетировании приняли участие 35 лиц женского пола, 15 лиц мужского. Данные представлены в виде диаграммы (рисунок 17).

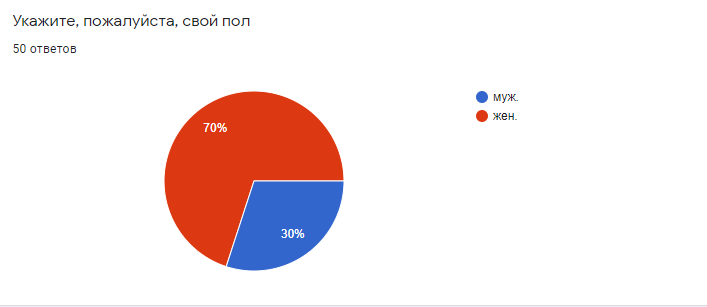


Рисунок 17 – Гендерный состав респондентов

Для 34 испытуемых языком мышления является русский, для 15 – казахский, 1 – другой язык. Данные представлены в виде диаграммы (рисунок 18).



Рисунок 18 – Язык мышления респондентов

В результате ассоциативного эксперимента получено 156 ответов-реакций на слово-стимул ОТБАСЫ, из них лицами мужского пола дано – 74 ответов, женского – 82, отказов – 0. Рассмотрим слова-реакции, данные на слово-стимул ОТБАСЫ (Таблица 15).

Таблица 15 – Ответы-реакции на слово-стимул ОТБАСЫ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ответы | Всего | Муж. | Жен. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Ата-ана (әке-шеше) (родители) | 11 | 7 | 4 |
| Махаббат (любовь) | 11 | 5 | 6 |
| Бала (балалар) ребенок (дети) | 9 | 2 | 7 |
| Ана (мать) | 7 | 5 | 2 |
| Бақыт (счастье) | 7 | 3 | 4 |
| Туыстар (туған-туыс, ағайын-туыс, туысқандар) (родственники) | 7 | 5 | 2 |
| Бауыр (брат, в т.ч. бауырлар) | 5 | 3 | 2 |
| Мейірім (доброта) | 5 | 2 | 3 |
| Әке (отец) | 4 | 3 | 1 |
| Бала-шаға (детвора) | 4 | 2 | 2 |
| Жанұя (семья) | 3 | 2 | 1 |
| Қамқоршы (опекун) | 3 | 3 |  |
| Қуаныш (радость) | 3 | 2 | 1 |
| Мама | 3 | 2 | 1 |
| Отан (Родина) | 3 | 3 |  |
| Сүйіспеншілік (любовь) | 3 | 1 | 2 |
| Татулық (дружба) | 3 | 1 | 2 |
| Үй (үлкен үй) (дом (большой дом)) | 3 | 1 | 2 |
| Бақытты (счастливая) | 2 |  | 2 |
| Бірлік (единство) | 2 |  | 2 |

Продолжение таблицы 15

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Қарыңдас (младшая сестра) | 2 | 2 |  |
| Немере (внук / внучка) | 2 | 1 | 1 |
| Тәрбие (воспитание) | 2 | 1 | 1 |
| Үлкен (большая) | 2 |  | 2 |
| 1 – имена существительные – 18: адалдық (честность), дом, дос (друг), жақындар (близкие), жылулық (теплота), забота, қалыңдық (невеста), қыздар (девушки), любовь, мәңгілік (вечность), мемлекет (государство), папа, сағыныш (тоска), сезім (чувство), счастье, тазалық (чистота), шаңырақ (верхний круг юрты, *перен.* семья, потомство), іні (младший брат);  1 – имена прилагательные – 1: толық (полная);  1 – словосочетания – 3: ең қымбат (самая дорогая), туған жер (родная земля), жақсы көретін анаң, қарындасың, әйелін (любимая мать, сестренка, супруга) | 19 | 19 |  |
| 1 – имена существительные – 19: ата-әже (дедушка-бабушка), береке (достаток), болашақ (будущее), біртуғандар (кровные), гармония, дастарқан (накрытый стол), достық (дружба), жақсылық (благо), жұбайлар (супруги), күлкі (смех), күш (сила), құрмет (уважение), мән (смысл), мейірімділік (доброта), сенімділік (надежность), сыйластық (взаимоуважение), түсінушілік (понимание), ұжым (коллектив), ынтымақ (солидарность);  1 – имена прилагательные – 6: жай (простая), камералық (камерная), керемет (отличная), күшті (прекрасная), қарапайым (простая), мықты (крепкая);  1 – глаголы – 1: бағалау (ценить);  1 – словосочетания – 3: бір жеке әлем (отдельный мир), қоғамдық ұйытқы (ячейка общества), көп балалар (много детей); | 31 |  | 31 |
| 1 – предложения – 2: бала мен ата-ананың бақытын құрайды (составляет счастье ребенка и родителей), ойын ашық білдіре алатын баланы тәрбиелеп отырған бақытты ата-ана (счастливые родители, воспитывающие ребенка, могущего открыто выражать свои мысли) |  |  |  |
| Еш (никакой) | 1 |  | 1 |
| Итого | 157 | 75 | 82 |

Задание: ОТБАСЫ сөзін естігенде немесе көргенде қандай ассоциацияларға тап боласыз? 5 сөзге дейін жазыңыз.

Респондентами дано наибольшее количество следующих слов-реакций (в скобках указана процентная доля в общем количестве реакций): *ата-ана* (родители) – 11 реакций (7 %), *махаббат* (любовь) – реакций (7 %), *бала (балалар)* ребенок (дети) – 9 реакций (5,7 %), *ана* (мать) – 7 реакций (4,4 %), *бақыт* (счастье) – 7 реакций (4,4 %) (рисунок 19).

Рисунок 19 – Сведения по составляющим слова-стимула ОТБАСЫ

В результате ассоциативного эксперимента получено 208 ответов-реакций на слово-стимул СЕМЬЯ, из них лицами мужского пола дано – 53 ответов, женского – 155, отказов – 0, повтор заданного стимульного слова – 2. Рассмотрим слова-реакции, данные на слово-стимул СЕМЬЯ. В Таблице 16 все слова представлены в количественном соотношении.

Таблица 16 – Ответы-реакции на слово-стимул СЕМЬЯ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ответы | Всего | Муж. | Жен. |
| Любовь (безмерная любовь) | 23 | 7 | 16 |
| Счастье | 13 | 3 | 10 |
| Дети | 12 | 4 | 8 |
| Дом | 11 | 4 | 7 |
| Поддержка | 8 |  | 8 |
| Тепло (теплота) | 7 | 4 | 3 |
| Родители | 6 |  | 6 |
| Уют | 5 | 2 | 3 |
| Брат (братья, братишка) | 4 | 1 | 3 |
| Опора | 4 |  | 4 |
| Радость | 4 | 1 | 3 |
| Сестра (сестры) | 4 |  | 4 |
| Смех | 4 | 1 | 3 |
| Благополучие | 3 |  | 3 |
| Дружба | 3 | 1 | 2 |
| Жизнь | 3 | 3 |  |
| Забота | 3 |  | 3 |
| Ответственность (ответственно) | 3 | 1 | 2 |
| Очаг (семейный очаг, состоящий из мужа и детей) | 3 | 1 | 2 |
| Большое (большая) | 2 | 2 |  |

Продолжение таблицы 16

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Взаимопонимание | 2 |  | 2 |
| Гармония | 2 |  | 2 |
| Еда | 2 |  | 2 |
| Защита | 2 | 1 | 1 |
| Здоровье | 2 |  | 2 |
| Муж | 2 |  | 2 |
| Папа | 2 | 2 |  |
| Переживание | 2 | 1 | 1 |
| Понимание | 2 | 1 | 1 |
| Праздники (праздник семейный) | 2 |  | 2 |
| Родное | 2 | 1 | 1 |
| Уважение | 2 |  | 2 |
| Родные, любимые люди рядом | 2 | 1 | 1 |
| Родственники | 2 |  | 2 |
| Семья | 2 | 1 | 1 |
| Честность | 2 | 1 | 1 |
| 1 – имена существительные – 7: доброта, древо, жена, кров, ласка, пикник, цель;  1 – имена прилагательные – 2: дружная, любимое;  1 – словосочетания – 1: узкий круг | 10 | 10 |  |
| 1 – имена существительные – 29: брак, вера, веселье, внимание, воспоминания, деньги, добро, доверие, друзья, единство, идиллия, мама, мир, объятия, опека, примирения, путешествия, Родина, родство, сопереживания, сочувствие, союз, сплоченность, ссоры, статус, супруги, сын, тишина;  1 – имена прилагательные – 3: счастливы, уважительно, хорошо;  1 – словосочетания – 10: будущее страны; неправильное воспитание детей; продолжение рода; самое важное, что есть в мире; семейные обеды / ужины; скрытая любовь родителей; совместный отдых; совместный ужин; счастливая старость; что-то близкое | 41 |  | 41 |
| Итого | 208 | 53 | 155 |

Задание: Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите или видите слово СЕМЬЯ? Напишите, пожалуйста, до 5 слов.

Респондентами дано наибольшее количество следующих слов-реакций (в скобках указана процентная доля в общем количестве реакций): *любовь* – 23 реакции (11 %), *счастье* – 13 реакций (6,2 %), *дети* – 12 реакций (5,7 %), *дом* – 11 реакций (5,2 %), *поддержка* – 8 реакций (3,8 %) (рисунок 20).

Рисунок 20 – Сведения по составляющим слова-стимула СЕМЬЯ

С целью выявления совпадения ассоциатов сопоставим данные таблиц 15 и 16. Приведем первые 5 слов-реакций на слово-стимул ОТБАСЫ / СЕМЬЯ (таблица 17).

Таблица 17 – Наиболее частотные реакции на слово-стимул ОТБАСЫ / СЕМЬЯ

|  |  |
| --- | --- |
| ОТБАСЫ | СЕМЬЯ |
| Ата-ана (әке-шеше) (родители) | Любовь |
| Махаббат (любовь) | Счастье |
| Бала (балалар) ребенок (дети) | Дети |
| Ана (мать) | Дом |
| Бақыт (счастье) | Поддержка |

Из таблицы 17 видно, что в ответах респондентов с казахским и русским языком мышления совпали 3 ассоциата (любовь, счастье, дети), что, на наш взгляд, является достаточно высоким показателем. Наиболее частотные ассоциаты *махаббат (любовь)* – 8,9 %; *бақыт (счастье)* – 5,6 %; *любовь* – 11 %; *счастье* – 6,2 % вполне закономерны для ценности *семья*. Основой для создания семьи во многих случаях выступает любовь, а неотъемлемой константой семейных отношений должны быть счастье и дети.

Ученый А. Киклевич с семиотической точки зрения различает 3 аспекта ценностных категорий: форму, содержание, употребление. Формы существования ценностей могут быть латентными или манифестированными. Содержание ценностной категории имеет бинарную структуру, а именно включает: 1) репрезентативный аспект, т.е. концептуализацию фрагмента действительности; 2) интерпретативный, другими словами – аксиологический аспект. Употребление рассматривает функционирование ценностных категорий: 1) носители (индивиды или группы индивидов); 2) сферы (семья, школа, организации, администрации и др.); 3) предпосылки, мотивы и эффекты; 4) позиционирование (т.е. выделение ценностей по степени значимости) [7, с. 273-294]. Взяв за основу данную концепцию, рассмотрим исследуемые нами ценности в семантическом, аксиологическом и функциональном аспектах.

Семантический аспект содержит характеристику информации с точки зрения ее смысла, содержания.

Аксиологический аспект рассматривает ценности с точки зрения эффекта воздействия определенной нормы на субъекта (или на социальную группу).

Функциональный аспект представляет третий аспект описания ценностей и рассматривает несколько параметров функционирования ценностных категорий: 1) носители (индивиды или группы индивидов; этнические, региональные, классовые, возрастные и др.); 2) сферы (семья, школа, организация и др.).

Таблица 18 – Соотношение характеристик ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Слово-стимул | Типы реакций (%) | | |
| семантический аспект | аксиологический аспект | функциональный аспект |
| ОТБАСЫ | 43,4 % | 36,3 % | 20,3 % |
| СЕМЬЯ | 20,1 % | 44,3 % | 34,6 % |

Относительно представлений, касающихся ценности ОТБАСЫ, доминируют реакции семантического аспекта, следом идет аксиологический компонент и на третьем месте – функциональный аспект.

По данным таблицы видно, что у большинства испытуемых представления, касающиеся ценности СЕМЬЯ, отражают аксиологический компонент, так как в количественном соотношении доминируют реакции второго типа (см. таблицу 18). На втором месте находятся реакции, связанные со сферой функционирования, и на третьем – реакции семантического аспекта.

В целом ценности ОТБАСЫ / СЕМЬЯ воспринимаются и осознаются как аксиологически положительно маркированные, что подтверждается высокочастотными лексемами: *махаббат* (любовь) – 8,9 %; *бақыт* (счастье) – 5,6 %; *қуаныш* (радость) – 2,4 %; *благополучие, дружба* – 1,4 %; *гармония, понимание, родное* – 0,9 % и др. Любовь для женского пола более важна, нежели для мужчин. Женщинами дано 7,6 % (3,8 % – *махаббат* (любовь)) реакций *любовь* против 3,3 % (3,1 % – *махаббат* (любовь)) реакций лицами мужского пола. Реакция любовь преимущественно дана респондентами в возрасте от 16 до 20 лет, в этом встречается и такая реакция, как *безмерная любовь*.

Вместе с тем в ответах на слово-стимул СЕМЬЯ встречаются и отрицательные ассоциаты: *ссоры, неправильное воспитание детей, скрытая любовь родителей* – 0,4 % и др. Следует отметить, что отрицательные ассоциаты даны респондентами женского пола. Однако частотность отрицательных ассоциатов довольно низкая, положительные ассоциаты превалируют. На слово-стимул ОТБАСЫ ассоциатов с отрицательной оценкой не дано.

Ассоциативные реакции на слово-стимул ОТБАСЫ / СЕМЬЯ представляют собой отдельные слова (*мейірім* (доброта) – 3,1 %; *қуаныш* (радость) – 1,9 %; *дети* – 5,7 %; *дом* – 5,2 %; *благополучие* – 1,4 % и др.); единичные словосочетания, наиболее точно раскрывающие исследуемое понятие (*ең қымбат* (самая дорогая); *қоғамдық ұйытқы* (ячейка общества); *что-то близкое; самое важное, что есть в мире* и др.). В ответах-реакциях на слово-стимул ОТБАСЫ имеется и целое законченное выражение: *ойын ашық білдіре алатын баланы тәрбиелеп отырған бақытты ата-ана* (счастливые родители, воспитывающие ребенка, могущего открыто выражать свои мысли). Встречается и готовый речевой штамп, устойчивое выражение – *қоғамдық ұйытқы* (ячейка общества).

Продуктивными являются согласованные атрибутивные реакции, содержащие положительную оценку стимула: *бақытты* (счастливая); *толық* (полная); *большая; совместный; любимое* и др., а также имеются ассоциаты с отрицательной оценкой: *неправильное, скрытая*.

Чувства и эмоции, переживаемые в семье: *махаббат* (любовь) – 7 %; *бақыт* (счастье) – 4,4 %, *любовь* – 11 %; *счастье* – 6,2 %; *поддержка* – 3,8 %; *тепло* – 3,3 %; *уют* – 2,4 %; *радость, смех, опора* – 1,9 %; *дружба, благополучие, забота, ответственность* – 1,4 %; *понимание, защита, взаимопонимание, уважение, гармония, родная, большая, переживание, честность* – 0,9 %; *доверие, доброта, друзья, ласка, веселье, внимание, воспоминания, идиллия, объятия, добро* – 0,4 %.

Ассоциаты *поддержка*, *опора* представлены достаточно большим количеством реакций, однако все реакции даны женским полом, ни одной реакции не дано мужчинами. Возможно, это объясняется тем, что для женщин поддержка семьи, мужа более важна, чем для мужчин.

*Функциональный аспект*. В реакциях этого типа встречаются главные составляющие любой семьи, речевые синонимы *үй (үлкен үй)* (дом) – 1,9 %, *дастарқан* (накрытый стол)– 0,6 %, *дом* – 5,2 %, *очаг* – 1,4 %, *кров, древо, узкий круг* – 0,4 %и др. Для любого человека, в особенности семейного важно иметь *дом.* Дом представляет собой как материальную ценность, передаваемую по наследству, так и духовную– продолжение всех идей и устремлений, поэтому этот ассоциат занимает доминирующую позицию в сознании респондентов. Для казахов дом – нечто свято оберегающее семью. Функции семьи: *продолжение рода, будущее страны, неправильное воспитание детей* – 0,4 %. Ответ-реакция *неправильное воспитание детей* выражает некую обеспокоенность и озабоченность у респондента. Сплочённость семьи: *праздник, еда* – 0,9 %; *совместный отдых, единство, семейные обеды, пикник, дружная, мир, совместный ужин, путешествия* – 0,4 %. Значимость семьи: *жизнь* – 1,4 %; *родные любимые люди рядом, здоровье* – 0,9 %; *что-то близкое; самое важное, что есть в мире; любимое, вера, деньги* – 0,4 %. Родина как «большая» семья *Родина* – 0,4 %. Создание семьи: *брак, союз* – 0,4 %. Выявлена некоторая зависимость тех или иных аспектов ценностных установок от пола респондента: к примеру, слово-реакция *жизнь* – 0,1 % дана только респондентами мужского пола, у женщин семья не ассоциируется с жизнью. Женщины представляют семью с *семейными обедами / ужинами*, у мужчин подобных реакций не обнаружено. Для женщин большую ценность представляет тема еды. К примеру, только женщинами дан ассоциат *еда*. Немалое время приходится проводить женщине за готовкой для семьи.

*Семантический аспект* отражает понятийный компонент, представленный в лексикографических источниках, а именно сему «группа людей, живущих вместе». Члены семьи: *ата-ана (әке-шеше)* (родители)– 7 %; *бала (балалар)* ребенок (дети)–5,7 %; *ана* (мать)– 4,4 %; *дети* – 5,7 %; *родители* – 2,8 %; *брат, сестра* – 1,9 %; *папа, родственники, муж* – 0,9 %; *супруги, сын, мама* – 0,4 %. Главное место в семье занимают *бала (балалар)* (ребенок (дети))*, дети* – 5,7 %. В семье рождаются и воспитываются дети, а значит, продолжается человеческий род: *шаңырақ (*верхний круг юрты, перен. семья, потомство), *продолжение рода*, что встречается в ассоциатах. Ассоциат *немере* (внук / внучка) присущ лицам с казахским языком мышления, респонденты с русским языком мышления подобных ассоциатов не приводили. Любовь казахов к детям и внукам –это особая тема. Категория рода как таковая отсутствует в казахском языке и лексема *немере* может выражать как мужской пол (внук), так и женский (внучка). Синонимами лексемы *ана* (мать) являются слова *шеше, мама*. Если респондентами приведены такие ассоциации как *әке-шеше* (родители), из этого словосочетания отдельно лексема *әке* (отец) встретилась 4 раза (2,6 %), но ни одного ответа-реакции не было с употреблением лексемы *шеше*. Ассоциация *мама* – 1,9 %, данная респондентами с казахским языком мышления, является заимствованной лексемой из русского языка *мама* и довольно-таки широко распространена среди современного казахскоязычного населения. Если в русском языке *мама* произносится с ударением на первый слог, то в казахской разговорной речи с ударением на последний слог. Превалирование реакций с семантическими характеристиками в ценности ОТБАСЫ связано, на наш взгляд, с тем, что в языковом сознании казахов лексема *отбасы* ассоциируется с множеством людей, объединенных родственными связями и / или проживающих, как правило, вместе, так как в казахских семьях принято совместное проживание вплоть до трех поколений. Вероятно, в связи с этим, в казахском языке широко распространена тема родства со следующими понятиями, которые дали респонденты казахскоязычной аудитории: *туыстар (туған-туыс, ағайын-туыс, туысқандар)* (родственники) – 7,1 %. Из этого следует, что в языковой картине мира казахов понятие *родство* охватывает широкую сферу, включающую и близких и дальних родственников.

Влияние гендерного фактора в ответах-реакциях проявляется в том, что женским полом единичные реакции даны не однословно, а в большей мере в форме словосочетаний – *бір жеке әлем* (отдельный мир); *қоғамдық ұйытқы* (ячейка общества); *бала мен ата-ананың бақытын құрайды* (составляет счастье ребенка и родителей); *ойын ашық білдіре алатын баланы тәрбиелеп отырған бақытты ата-ана* (счастливые родители, воспитывающие ребенка, могущего открыто выражать свои мысли); *праздник семейный; отдых совместный; счастливая старость; неправильное воспитание детей; самое важное* и т.д. В то время как словосочетания у респондентов мужского пола встречаются реже – *ең қымбат* (самая дорогая); *туған жер* (родная земля); *жақсы көретін анаң, қарындасың, әйелін* (любимая мать, сестренка, супруга); *родные любимые люди рядом*, однако они очень емкие и многоплановые. У мужчин *семья* ассоциируется с *большой* – 0,1 % семьей, женщинами этот фактор не отмечен.

Ассоциат *көп балалар* (много детей)встречается у казахскоязычной аудитории (респонденты). Для казахского народа многодетность является частью национальной культуры, носит традиционный характер. Это отражается и в пословице «Бір бала – бала емес, екі бала – жарты бала, үш бала – бүтін бала», которая переводится как «Один ребёнок – не ребёнок, двое детей – половина ребёнка, трое детей – один полноценный ребёнок».

У респондентов мужского пола с русским языком мышления семья не ассоциируется с *родственниками, гармонией*, у женщин, напротив, такие реакции встречаются. У респондентов с казахским языком мышления ситуация обратная: большинство ответов-реакций *туыстар (туған-туыс, ағайын-туыс, туысқандар)* (родственники) даны мужчинами. Ценность родственных связей лежит в основе любой казахской семьи. И ассоциат *древо*, данный только мужским полом, свидетельствует о том, что генеалогическое древо, состоящее из родственных связей, символично и значимо для мужчины как продолжателя рода.

По результатам анкетирования отмечаем, что для людей старшего поколения важен фактор *немере* (внук / внучка), *мән* (смысл), *благополучия, ответственности, уважения, продолжения рода, будущего страны, сопереживания, сочувствия* и т.д.

Самыми частотными реакциями как у мужчин, так и у женщин были абстрактные реакции *махаббат* (любовь), *мейірім* (доброта), *любовь, тепло, доброта* и др. Частотность и разнообразие эмоционально-оценочных реакций позволили определить, что аксиологическая составляющая доминирует в ответах-реакциях у респондентов с русским языком мышления. На основе экспериментальных данных можно выявить, изменилось ли представление о тех или иных ценностях в современном метазяыковом сознании людей, в сравнении с данными лексикографических источников. Для того чтобы понять, какие ценности, выступающие в роли реакций, остались неизменны в сознании людей, а какие, наоборот, претерпели смысловые изменения, необходимо было сравнить полученные нами ответы-реакции с теми, которые были получены ранее и зафиксированы в Казахском ассоциативном словаре 2014г. издания под редакцией В.Н. Дмитрюк [190]. Хотя между проведением нашего исследования и годом выпуска Словаря временная разница несущественна, имеются определенные сдвиги в ответах-ассоциациях. Из рассматриваемых нами слов-стимулов в словаре встречается только слово-стимул ОТБАСЫ, которое и будет проанализировано.

Для удобства сопоставления представим в сводной таблице данные, полученные в ходе нашего ассоциативного эксперимента, и данные Казахского ассоциативного словаря КАС (2014г.), а именно 10 первых строк ранговой иерархии частотности (таблица 19).

Таблица 19 – Ответы на слово-стимул ОТБАСЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Данные, полученные в ходе ассоциативного эксперимента в рамках нашего исследования | Данные ассоциативного словаря КАС (2014г.) |
| Ата-ана (әке-шеше) (родители) | Жанұя (семья) |
| Махаббат (любовь) | Ата-ана (родители, в т.ч. ата-анаң, ата-анам) |
| Бала (балалар) ребенок (дети) | Үлкен (большая, в т.ч. отбасым үлкен) |
| Ана (мать) | Бақыт (счастье) |
| Бақыт (счастье) | Бақытты (счастливая) |
| Туыстар (туған-туыс, ағайын-туыс, туысқандар) (родственники) | Үй (дом) |
| Бауыр (брат, в т.ч. бауырлар) | Менің (моя) |
| Мейірім (доброта) | Шаңырақ (верхний круг юрты, *перен.* семья, потомство) |
| Әке (отец) | Бауыр (брат, в т.ч. бауырлар) |
| Бала-шаға (детвора) | Отан (Родина) |

Данные, полученные в ходе ассоциативного эксперимента в рамках нашего исследования, и данные ассоциативного словаря КАС (2014 г.) кардинально отличаются. Из 10 ответов-реакций совпали только 3 реакции *(ата-ана (әке-шеше)* (родители)*; бақыт* (счастье)*; бауыр* (брат, *в т.ч. бауырлар)*. На наш взгляд, подобное совпадение закономерно, так как основа семьи – это родители и близкие нам люди. Современная семья не ассоциируется с понятием *большой*, которое есть в КАС (2014г.), одной из предполагаемых причин отсутствия этой связи в современном понимании является то, что работа над КАС проводилась в южном регионе страны, в котором, как правило, семьи большие, многодетные, в то время как наше исследование проводилось в городском масштабе (г. Алматы), как правило, у городских жителей семьи более компактные. Очевидно, что за последнее десятиление языковое сознание казахстанцев подверглось достаточно большому изменению.

Отметим, что в числе реакций появились моральные ценности *махаббат* (любовь), *мейірім* (доброта).

Разделение ответов-стимулов в нашем исследовании на *ана* (мать) и *әке* (отец), чего нет в КАС (2014г.), на наш взгляд, связано с высоким процентом разводов в республике в последние годы. Как правило, дети остаются на воспитание с одним из родителей, который и представляет для них ценность.

Семья является важной составляющей менталитета человека и как культурно-языковая единица отражает особенности культуры народа. Результаты исследования свидетельствуют о крайне высокой степени значимости семьи как непреложной ценности.

В результате ассоциативного эксперимента получено 123 ответа-реакций на слово-стимул ОТАНСҮЙГІШТІК, из них от респондентов мужского пола – 72, женского – 51, отказов – 0, повтор заданного стимульного слова – 2. Рассмотрим слова-реакции, данные слову-стимулу ОТАНСҮЙГІШТІК. В Таблице 20 все слова представлены в количественном соотношении.

Таблица 20 – Ответы-реакции на слово-стимул ОТАНСҮЙГІШТІК

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ответы | Всего | Муж. | Жен. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Отан (Родина) | 7 | 6 | 1 |
| Абырой (честь) | 5 | 5 |  |
| Махаббат (любовь) | 5 | 3 | 2 |
| Намыс (совесть) | 5 | 2 | 3 |
| Ел (народ) | 4 | 2 | 2 |
| Ерлік (мужество) | 3 | 2 | 1 |
| Жігер (решимость) | 3 | 3 |  |
| Қазақстан (Казахстан) | 3 | 2 | 1 |
| Қорғау (защищать) | 3 | 1 | 2 |
| Мемлекеттік Ту (Государственный Флаг) | 3 | 2 | 1 |
| Міндет (обязанность) | 3 | 3 |  |
| Отбасы (семья) | 3 | 3 |  |
| Адалдық (честность) | 2 | 1 | 1 |
| Әскер (армия) | 2 | 2 |  |
| Батырлық (отвага) | 2 | 1 | 1 |
| Елін құрметтеу (уважать народ) | 2 |  | 2 |
| Жауапкершілік (ответственность) | 2 | 1 | 1 |
| Қазақ (казах) | 2 | 1 | 1 |
| Отанға (елге) қызмет (служение Родине (народу)) | 2 | 1 | 1 |
| Отанға деген махаббат (сүйіспеншілік) (любовь к Родине) | 2 | 1 | 1 |
| Отансүйгіштік (патриотизм) | 2 | 2 |  |
| Рухани байлық (духовное богатство) | 2 | 1 | 1 |
| Сүйіспеншілік (любовь) | 2 | 1 | 1 |
| Тілін құрметтеу (уважать язык) | 2 |  | 2 |
| Шекара (граница) | 2 | 2 |  |
| 1 – имена существительные – 15: ант (присяга), арман (мечта), әділдік (справедливость), бауырмалдық (доброта), Бәйтерек (Байтерек), егемендік (суверенитет), Елбасы, еңбек (труд), жетістік (достижение), келешек (будущее), құрмет (уважение), | 24 | 24 |  |

Продолжение таблицы 20

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| мемлекет (государство), отаншылдық (патриотизм), ұлтшыл (националист);  1 – имена прилагательные – 4: адал (честный), батыл (отважный), намысшыл (дорожащий своей честью), шынайы (истинный);  1 – словосочетания – 5: жанын беруге дайын (готовый отдать душу), Қарулы күштер (Вооруженные силы), махаббат сезімі (чувство любви), мемлекеттік тіл (государственный язык), рухани тәрбие (духовное воспитание);  1 – предложения – 1: қазақ елін өз елін сүюі (любовь казахского народа любить свой народ). |  |  |  |
| 1 – имена существительные – 14: адамгершілік (человечность), айбын (доблесть), ата-ана (родители), балалар (дети), байлық (богатство), бірлік (единство), мекен (дом), тәрбие (воспитание), сыйластық (взаимоуважение), тазалық (чистота), татуластық (дружба), тұтастық (единство), тіл (язык), шыншылдық (правдивость);  1 – имена прилагательные – 2: ержүрек (отважный), мықты (сильный);  1 – словосочетания – 8: бала тәрбиесі (воспитание детей), биік рух (высокий дух), елді сүю (любить страну), еліміздің әр азаматына құрмет (уважение к каждому гражданину нашей страны), кең мақтанып (всесторонне гордиться), мемлекет тілінде сөйлеу (разговаривать на государственном языке), табиғатқа жанашарлық (бережное отношение к природе), туған жер (родная земля);  1 – предложения – 1: қай жерде жүрсе де шыққан жерін қадірлеу, ұмытпау (где бы мы ни находились гордиться своим место происхождением, не забывать). | 25 |  | 25 |
| 1 – бар (есть) | 1 |  | 1 |
| Итого | 123 | 72 | 51 |

Задание: ОТАНСҮЙГІШТІК сөзін естігенде немесе көргенде қандай ассоциацияларға тап боласыз? 5 сөзге дейін жазыңыз.

Респондентами дано наибольшее количество следующих слов-реакций (в скобках указана процентная доля в общем количестве реакций): *Отан* (Родина) – 7 реакций (5,6 %), *абырой* (честь) – 5 реакций (4 %), *махаббат* (любовь) – 5 реакций (4 %), *намыс* (совесть) – 5 реакций (4 %), *ел* (народ) – 4 реакции (3,2 %) (рисунок 21).

Рисунок 21 – Сведения по составляющим слова-стимула ОТАНСҮЙГІШІТІК

В результате ассоциативного эксперимента получено 197 ответов-реакций на слово-стимул ПАТРИОТИЗМ, из них 53 реакции даны респондентами – мужского пола, 144 – женского, отказов – 0, повтор заданного стимульного слова – 2. Рассмотрим слова-реакции, данные на слово-стимул ПАТРИОТИЗМ. В Таблице 21 все слова представлены в количественном соотношении.

Таблица 21– Ответы-реакции на слово-стимул ПАТРИОТИЗМ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ответы | Всего | Муж. | Жен. |
| Родина | 20 | 5 | 15 |
| Любовь к Родине (любовь и тяга к Родине) | 8 | 1 | 7 |
| Флаг | 8 | 2 | 6 |
| Народ (казахстанский народ, один народ) | 6 | 2 | 4 |
| Любовь | 5 | 3 | 2 |
| Честь | 5 | 1 | 4 |
| Язык | 5 | 2 | 3 |
| Гордость | 4 | 1 | 3 |
| Земля (родная земля, казахстанская земля, земля, в которой мы обитаем) | 4 | 1 | 3 |
| Традиции (соблюдение всех традиций и обычаев, семейные и культурные традиции, уважение традиций) | 4 | 3 | 1 |
| Вера | 3 | 1 | 2 |
| Верность | 3 | 1 | 2 |
| Казахстан | 3 |  | 3 |
| Отчизна | 3 |  | 3 |
| Патриот | 3 | 2 | 1 |
| Преданность | 3 | 1 | 2 |
| Страна | 3 | 2 | 1 |
| Честность | 3 | 1 | 2 |
| Долг (долг перед Родиной) | 2 | 1 | 1 |
| Героизм | 2 |  | 2 |
| Гимн | 2 |  | 2 |
| Дух | 2 | 1 | 1 |
| Защита | 2 |  | 2 |
| Защищать | 2 |  | 2 |
| Любовь к родному языку | 2 |  | 2 |

Продолжение таблицы 21

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Нация | 2 | 2 |  |
| Патриотизм | 2 |  | 2 |
| Самоотдача (искренняя отдача) | 2 |  | 2 |
| Уважение | 2 |  | 2 |
| Фанатизм (фанатик) | 2 | 1 | 1 |
| 1 – имена существительные – 14: борьба, воспитание, глобализация, граница, дом, достоинство, навязчивость, независимость, неподкупность, оппозиция, очаг, права, трудолюбие, энергия;  1 – словосочетания – 3: гражданский активизм, знание своей истории, карта Казахстана;  1 – предложения – 2: любить свой дом, любить свою родину, несмотря ни на что | 19 | 19 |  |
| 1 – имена существительные – 41: бесстрашие, благополучие, вложение, военнослужащие, волонтерство, воля, вранье, герой, гнилость, грусть, гуманность, добро, достижения, запрет, заседание, идеология, история, коммунизм, консерватизм, лошади, мир, мужество, национализм, неприязнь, позиция, помощь, отвага, ответственность, подвиг, порядок, природа, самопожертвование, семья, сердце, слава, служба, сожаление, солнце, справедливость, счастье, школа;  1 – глаголы – 4: любить, переживать, проявлять, уважать;  1 – имя собственное – 1: Назарбаев;  1 – словосочетания – 10: быть неравнодушным; воспитание детей; гордость за свою культуру; знание языка; любить своих близких; любовь к родной природе; любовь к семье; люди в официальных костюмах; монополист к родине; целеустремленность к знаниям;  1 – предложения – 4: сделать все, чтобы защитить свою Родину; убеждение, что твоя страна лучше других, потому что ты в ней родился, делать для своей страны хорошие поступки; быть ответственным, если служащий страны. | 60 |  | 60 |
| Итого | 197 | 53 | 144 |

Задание: Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите или видите слово ПАТРИОТИЗМ? Напишите, пожалуйста, до 5 слов.

Респондентами дано наибольшее количество следующих слов-реакций, в скобках указана процентная доля в общем количестве реакций: *Родина* – 20 реакций (10,1 %), *любовь к Родине* – 8 реакций (4 %), *Флаг* – 8 реакций (4 %), *народ* – 6 реакций (3 %), *любовь* – 5 реакций (2,5 %) (см. Рисунок 22).

Рисунок 22 – Сведения по составляющим слова-стимула ПАТРИОТИЗМ

С целью выявления схожести ассоциатов сопоставим данные таблиц 20 и 21. Приведем первые 5 слов-реакций (таблица 22).

Таблица 22 – Наиболее частотные реакции на слово-стимул ОТАНСҮЙГІШІТІК / ПАТРИОТИЗМ

|  |  |
| --- | --- |
| ОТАНСҮЙГІШІТІК | ПАТРИОТИЗМ |
| Отан (Родина) | Родина |
| Абырой (честь) | Любовь к Родине (любовь и тяга к Родине) |
| Махаббат (любовь) | Флаг |
| Намыс (совесть) | Народ (казахстанский народ, один народ) |
| Ел (народ) | Любовь |

Как свидетельствуют данные таблицы 22, наблюдается полное совпадение ассоциатов *Родина, любовь, народ*. Ассоциат *Родина* находится у респондентов обоих языков мышления на первом месте. В целом ассоциаты схожи по составу, но различаются рангами наиболее частотных ассоциаций. Высокая повторяемость ассоциаций отражает не только личный опыт респондента, но и всей социальной группы, к которой он принадлежит.

Вполне закономерно, что лексема *намыс* высокочастотно отмечена респондентами с казахским языком мышления, так как это одно из наиболее значимых понятий казахской культуры, ментальности казахского народа, в которое вкладывают следующие смыслы: «честь», «совесть», «достоинство», «смелость». Еще одним феноменом казахской ментальности является лексема *ел*, главный сквозной смысл которой выражается посредством слов: *родной очаг, родина, родственное окружение, родное место, родной край* и др. *Ел* для казахского народа служит символом богатства, единства, взаимопонимания.

Таблица 23 – Соотношение характеристик ценностей ОТАНСҮЙГІШІТІК / ПАТРИОТИЗМ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Слово-стимул | Типы реакций (%) | | |
| семантический аспект | аксиологический аспект | функциональный аспект |
| ОТАНСҮЙГІШТІК | 12,3 % | 50,4 % | 37,3 % |
| ПАТРИОТИЗМ | 28,9 % | 39 % | 32,1 % |

У большинства испытуемых ценности ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ при попадании в фокус сознания переживается эмоционально, вследствие этого реакции с аксиологической коннотацией превалируют (см. таблицу 23). На втором месте находятся реакции, отражающие область функционирования, и на третьем – семантический аспект.

Данные эксперимента показывают преобладание позитивно-оценочных коннотаций над негативными в представлении ценности ПАТРИОТИЗМ. Негативная оценочность ценности ПАТРИОТИЗМ проявляется в следующих лексемах: *оппозиция, гнилость, вранье*, *неприязнь, грусть, сожаление* и др.Гипертрофированный, аффектированный патриотизм: *фанатизм (фанатик)* и др.

Казахскоязычной аудиторией (респонденты) не было предложено ни одного ответа-реакций с отрицательной оценкой, за исключением лексемы *ұлтшыл* (националист), которая может трактоваться двояко: 1) как форма гордости и идентичности (в данном случае лексема не приобретает отрицательного оттенка; 2) ненависть к чужой национальности, люди, которые считают свою нацию исключительной, превосходящей другие. В мирном Казахстане, респондент, скорее всего, испытывает гордость за свою страну, нежели ненависть к другим нациям. Следует отметить, что подобные реакции гораздо менее частотны, нежели реакции, связанные с позитивными качествами. Абсолютное большинство респондентов рассматривают патриотизм положительно.

В целом ценности ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ воспринимаются положительно. Экспликаторы, связанные с эмоцией и оценкой: *намыс* (совесть), *абырой* (честь) – 4 %*, ерлік* (мужество), *жігер* (решимость) – 2,4 %*, гордость* – 2 %*, честь* – 2,5 %*, героизм, уважение* – 1 % и т.д.

Наибольшее количество ассоциатов связано с идеей Родины, возвышенно-эмоциональными чувствами любви к Родине, о чем свидетельствуют ассоциаты: *Отанға (елге) қызмет (*служение Родине (народу)), *Отанға деген махаббат (сүйіспеншілік)* (любовь к Родине) – 1,6 %, *Родина,* *любовь к Родине* – 4 %*, Отан* (Родина) – 5,6 %.

Возвышенное чувство патриотизма в духовном и нравственном смысле проявляется и в абстрактной форме такими ассоциатами как: *елді сүю* (любить страну)*; табиғатқа жанашарлық* (бережное отношение к природе*); любовь к родной природе; любовь к семье* и др.

Ассоциаты *самопожертвование, самоотдача (искренняя отдача)* и т.п. свидетельствуют об искреннем желании, самоотверженном, вплоть до самопожертвования, служении своему народу, Родине.

Респонденты среднего возраста (35-50 лет), то есть в возрасте, когда люди уже завели семью, рассматривают патриотизм через призму семьи, больше обращают внимание на необходимость укрепления семьи и воспитание детей: *бала тәрбиесі* (воспитание детей), *семья* и т.д.

Ассоциативные реакции на стимул ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ представляют собой отдельные слова (*батырлық* (отвага) – 1,6 %, *жауапкершілік* (ответственность) – 1,6 %, *честь, язык* – 2,5 %, *гордость* – 2 %и др.), словосочетания, наиболее точно раскрывающие исследуемое понятие (*жанын беруге дайын* (готовый отдать душу), *биік рух* (высокий дух); *быть неравнодушным, гражданский активизм,* и др.). В ответах-реакциях имеются и целые законченные выражения: *қай жерде жүрсе де шыққан жерін қадірлеу, ұмытпау* (где бы мы ни находились, гордиться своим место происхождением, не забывать); *сделать все, чтобы защитить свою Родину;* и др. Встречается и цитата: *убеждение, что твоя страна лучше других, потому что ты в ней родился* (Дж.Б. Шоу).

При обработке рзультатов опроса нами обнаружено, что лицами, мыслящими на русском языке, не дано ни одного прилагательного в качестве ответа-реакции. В то же время на слово-стимул ОТАНСҮЙГІШТІК даны согласованные атрибутивные реакции, содержащие положительную оценку стимула: *адал* (честный); *батыл* (отважный); *намысшыл* (дорожащий своей честью); *шынайы* (истинный); *ержүрек* (отважный); *мықты* (сильный) и др. Ассоциатов с отрицательной оценкой не отмечено.

*Функциональный аспект*. Компоненты социального устройства *мекен* (дом), *семья, школа, дом* и др. Неотъемлемой частью родины, как известно, является язык. Ассоциаты *тілін құрметтеу* (уважать язык) – 1,6 %, *мемлекет тілінде сөйлеу* (разговаривать на государственном языке)– 0,8 %, *язык* – 2,5 % показывают, что для респондентов язык имеет большую значимость. Респонденты связывают патриотизм с языком, с любовью к родному языку (речь идет о государственном языке). Встречаются реакции, отражающие внешнюю атрибутику патриотизма, государственную геральдику (*Мемлекеттік Ту* (Государственный Флаг), *Гимн, Флаг* и др.). Высокая частотность ассоциатов *Мемлекеттік Ту* (Государственный Флаг) – 2,4 %, *Флаг* – 4 %указывает на гордость в присутствии государственных символов, что вызывает патриотические чувства. При персонификации ценностей ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ информантами даны реакции *Елбасы, Н. Назарбаев*, стоявшего у истоков становления независимой республики и формирования казахстанского патриотизма.

ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ включает в себя признак «любовь к природе», вербализующийся словосочетаниями *табиғатқа жанашарлық* (бережное отношение к природе); *любовь к родной природе* и др. Наличие указанных словосочетаний, хотя и в небольшом количестве, позволяет сделать вывод о том, что любовь к Родине предполагает любовь к природе, на лоне которой вырос человек.

Наполнение ценности обусловлено картиной мира, заложенной у индивида. Об этом свидетельствует тот факт, что у мужской половины респондентов в сознании возникают устойчивые ассоциации *әскер* (армия), *Қарулы күштер* (Вооруженные силы)*, міндет* (обязанность)*, долг (долг перед Родиной)*, отражающие их данность – службу в армии, долг перед отечеством. Эти ассоциаты возникают у лиц с казахским языком мышления.

*Семантический аспект* отражает понятийный компонент, представленный в лексикографических источниках, а именно семы «любовь к Отечеству», «преданность народу».

Доминантными являются ассоциаты *Отанға (елге) қызмет (*служение Родине), *Отанға деген махаббат (сүйіспеншілік)* (любовь к Родине) – 1,6 %, *Отан* (Родина) – 5,6 %*, Қазақстан* (Казахстан) – 2,4 %, *Родина,* *любовь к Родине* – 4 %*, преданность,* *верность* – 1,6 % и др. Наличие ассоциата *Қазақстан* (Казахстан) представляется закономерным, так как это название Родины испытуемых. Среди ассоциатов имеется и более редко встречаемое книжное наименование Родины – *Отчизна*. На наш взгляд*,* такие признаки как *Отанға (елге) қызмет (служение Родине), долг перед Родиной*, имеющиеся в языковом сознании респондентов, но отсутствующие в словарной статье «патриотизм», могут быть включены туда.

В ходе ассоциативного эксперимента установлено, что границы содержания координат оценки анализируемых ценностей определяются не только этнокультурными особенностями, но и возрастными установками. В сознании представителей молодого поколения испытуемых (16-20 лет) патриотизм вызывает как положительные реакции – *Родина, гордость, энергия*, так и отрицательные реакции – *оппозиция, борьба, навязчивость, фанатизм, гнилость, вранье, неприязнь* и др.

Старшее поколение (40 лет и старше) приоритетными считает моральные ценности и связанные с ними понятия: *кең мақтанып* (испытывать особую гордость), *асқан сүйіспеншілік пен махаббат* (чрезмерная любовь), *елге қызмет ету* (служить стране), *табиғатқа жанашарлық* (бережное отношение к природе), *любовь к родному языку, гордость за свою культуру, сделать все, чтобы защитить свою Родину, самоотдача, волонтерство, быть неравнодушным* и др.

На основании полученных результатов можно говорить о положительном имидже ценности патриотизм, который отражается в языковом сознании казахстанцев, поскольку количество положительных ассоциаций превышает количество негативно-оценочных (*оппозиция, гнилость, вранье*, *неприязнь, грусть, сожаление* и др.).

Ценности динамичны, могут меняться с течением времени, зависят от возраста, пола, а также на их изменение могут влиять внешние события.

В результате ассоциативного эксперимента получено 109 ответов-реакций на слово-стимул КЕЛІСІМ, из них 60 – респондентами мужского пола, 49 – женского, не знаю – 1, не могу ответить – 1. Рассмотрим слова-реакции, данные на слово-стимул КЕЛІСІМ. В Таблице 24 все слова представлены в количественном соотношении.

Таблица 24 – Ответы-реакции на слово-стимул КЕЛІСІМ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ответы | Всего | Муж. | Жен. |
| Достық (дружба) | 5 | 4 | 1 |
| Сенім (вера) | 5 | 5 |  |
| Бірлік (единство) | 4 | 2 | 2 |
| Ынтымақ (солидарность) | 4 | 3 | 1 |
| Ауызбіршілік (единство) | 3 | 2 | 1 |
| Бейбітшілік (мир) | 3 | 1 | 2 |
| Сенімділік (надежность) | 3 | 1 | 2 |
| Сыйластық (взаимоуважение) | 3 | 1 | 2 |
| Адалдық (честность) | 2 | 2 |  |
| Келісу (согласиться) | 2 | 2 |  |
| Орындаушылық (исполнительность) | 2 | 2 |  |
| Үйлену (жениться) | 2 | 2 |  |
| 1 – имена существительные – 17: ақылдық (разум), Ассамблея, ақша (деньги), әділдік (справедливость), бәсеке (конкуренция), дос (друг), жұмыс (работа), келісім-шарт (договор), қарым-қатынас (взаимоотношения), көмек (помощь), махаббат (любовь), сабырлық (терпеливость), табандылық (упорство), түсінушілік (понимание), шешім (решение), шындық (правда), үй (дом);  1 – имена прилагательные – 2: жақсы (хорошее), шынайы (правдивое);  1 – глаголы – 6: бірігу (объединиться), қол ұстасу (держаться вместе), қолдау (поддерживать), рұқсат беру (разрешать), сақтау (сохранять), сөз беру (давать слово);  1 – наречия – 1: уақытында (вовремя);  1 – словосочетания – 5: басқа жол жоқ (нет другого выхода), екі жақ арасындағы келісім (двустороннее соглашение), мақсатқа жетуге құлшыныс (рвение к достижению цели), рухани және ақпараттық билік (духовная и информационная власть), ұрыс жоқ (конфликтов нет);  1 – предложения – 1: шарттарға тап болғанда бір шешімге келу (прийти к одному решению, согласно условий). | 32 | 32 |  |
| 1 – имена существительные – 20: береке (достаток), дін (религия), дипломатия, кешірімділік (милосердие), кішіпейілділік (скромность), қуаныш (радость), мәміле |  |  |  |
| Продолжение таблицы 24 | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| (компромисс), мейірім (доброта), нақтылық (точность), ортақтық (общность), рұқсат (разрешение), серіктестік (партнерство), төзім (стойкость), тұрақтылық (постоянство), уәде (обещание), шарт (условие), шынайылық (искренность), шыншылдық (правдивость), ымыра (примирение), ұлттар (нации);  1 – имена прилагательные – 1: керемет (отличное);  1 – глаголы – 6: бір сөзге келу (прийти к единому решению), бойсұну (повиноваться), қабылдау (принять), мойындау (признать), рахаттанамын (наслаждаюсь), сөз байласу (договариваться);  1 – словосочетания – 8: бәрі дұрыс (все правильно), бір мәмілеге келу (прийти к компромиссу), екі жақты көңілді адамдар (веселые люди с обеих сторон), еш даусыз (бесспорно), жақтардың келісілген шешімі (решение, принятое сторонами), жақсы болады (будет хорошо), өз еркімен (добровольно), шешім айтар тура сөз (решение);  1 – предложения – 1: келіскен кезде шартты орындау (исполнение ранее согласованных условий). | 36 |  | 36 |
| Жоқ (нет) | 1 | 1 |  |
| Білмеймин (не знаю) | 1 |  | 1 |
| Жауап бере алмаймын (не могу ответить) | 1 |  | 1 |
| Итого | 109 | 60 | 49 |

Задание: КЕЛІСІМ сөзін естігенде немесе көргенде қандай ассоциацияларға тап боласыз? 5 сөзге дейін жазыңыз.

Респондентами дано наибольшее количество следующих слов-реакций (в скобках указана процентная доля в общем количестве реакций): *достық* (дружба) – 5 реакций (4,5 %), *сенім* (вера) – 5 реакций (4,5 %), *бірлік* (единство) – 4 реакции (3,6 %), *ынтымақ* (солидарность) – 4 реакции (3,6 %), *ауызбіршілік* (единство) – 3 реакции (2,7 %) (рисунок 23).

Рисунок 23 – Сведения по составляющим слова-стимула КЕЛІСІМ

В результате ассоциативного эксперимента получено 165 ответов-реакций на слово-стимул СОГЛАСИЕ, из них от респондентов мужского пола – 41, женского – 124, повтор заданного стимула – 1, отказов – 0. В Таблице 25 все слова представлены в количественном соотношении.

Таблица 25 – Ответы-реакции на слово-стимул СОГЛАСИЕ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ответы | Всего | Муж. | Жен. |
| Мир | 8 |  | 8 |
| Принятие | 7 | 2 | 5 |
| Понимание | 6 | 2 | 4 |
| Дружба | 5 | 1 | 4 |
| Одобрение | 5 | 2 | 3 |
| Взаимопонимание | 4 | 1 | 3 |
| Компромисс | 4 | 1 | 3 |
| Доверие | 3 | 2 | 1 |
| Договор | 3 |  | 3 |
| Единство | 3 | 1 | 2 |
| Поддержка | 3 | 2 | 1 |
| Соглашение | 3 | 1 | 2 |
| Спокойствие | 3 | 1 | 2 |
| Уважение | 3 |  | 3 |
| Любовь | 2 |  | 2 |
| Люди | 2 |  | 2 |
| Общество | 2 |  | 2 |
| Помощь | 2 | 1 | 1 |
| Радость | 2 | 1 | 1 |
| Решение (справедливое решение) | 2 | 1 | 1 |
| Рукопожатие | 2 |  | 2 |
| Семья | 2 |  | 2 |
| Сотрудничество | 2 |  | 2 |
| Сомнение | 2 | 1 | 1 |
| 1 – имена существительные – 10: вранье, деньги, добро, единомыслие, контракт, обсуждение, опора, разговор, сделка, сопутствие;  1 – имена прилагательные – 2: добрый, хорошо;  1 – глаголы – 1: доверять;  1 – частица – 1: да;  1 – словосочетания – 2: умение слушать и прислушиваться; честное обоюдное соглашение сторон;  1 – предложения – 5: оказал помощь, пошел на встречу, принял решение, сделал добро, удовлетворил в чем-то. | 21 | 21 |  |
| Итого | 165 | 41 | 124 |
|  |  |  |  |

Задание: Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите или видите слово СОГЛАСИЕ? Напишите, пожалуйста, до 5слов.

Респондентами дано наибольшее количество следующих слов-реакций (в скобках указана процентная доля в общем количестве реакций): *мир* – 8 реакций (4,8 %), *принятие* – 7 реакций (4,2 %), *понимание* – 6 реакций (3,6 %), *дружба* – 5 реакций (3 %), *одобрение* –5 реакций (2,4 %) (рисунок 24).

Рисунок 24 – Сведения по составляющим слова-стимула СОГЛАСИЕ

Таблица 26 – Наиболее частотные реакции на слово-стимул КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| КЕЛІСІМ | СОГЛАСИЕ |
| Достық (дружба) | Мир |
| Сенім (вера) | Принятие |
| Бірлік (единство) | Понимание |
| Ынтымақ (солидарность) | Дружба |
| Ауызбіршілік (единство) | Одобрение |

Показатели совпадений ассоциатов верхних позиций ответов-реакций выявили, что у респондентов обоих языков мышления полное совпадение ассоциата *дружба*. Остальные ассоциаты также относятся к лексико-семантическому полю *согласие*. Как показывает анализ, наиболее частотные реакции респондентов сходны, что свидетельствует об общей стабильности языковой картины мира (Таблица 26).

Таблица 27 – Соотношение характеристик ценностей КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Слово-стимул | Типы реакций (%) | | |
| семантический аспект | аксиологический аспект | функциональный аспект |
| КЕЛІСІМ | 35,7 % | 46 % | 18,3 % |
| СОГЛАСИЕ | 43,1 % | 35,7 % | 21,2 % |

Исследование ценностей КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ показало, что языковые единицы, имеют достаточно частотную и в количественном отношении базу. Ценность СОГЛАСИЕ респондентами отмечается превалированием семантической характеристики, в отличие от ценности КЕЛІСІМ, у которой реакции с аксиологической характеристикой находятся на первом месте. На третьем у обоих слов-стимулов – функциональная характеристика.

Сущностное ядро ценностей КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ составляют лексико-семантическая группа, объединенная данным значением, а именно: *достық* (дружба)– 4,5 %*, бірлік* (единство) – 3,6 %*, ынтымақ* (солидарность) – 3,6 %*, бейбітішілік (мир)* – 2,7 %, *мир* – 4,8 %*, дружба* – 3 %*, взаимопонимание* – 2,4 %и т.д.

Ассоциативные реакции на стимул КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ представляют собой отдельные слова (*сыйластық* (взаимоуважение) – 2,7 %, *адалдық* (честность) – 1,8 %, *единство, соглашение* – 1,8 %, *помощь* – 1,2 %и др.), словосочетания, наиболее точно раскрывающие исследуемое понятие (*екі жақ арасындағы келісім (двустороннее соглашение), бір мәмілеге келу* (прийти к компромиссу), *взаимная договоренность, общность взглядов, мнений, обоюдное соглашение сторон* и др.). В ответах-реакциях имеются и целые законченные выражения: *шарттарға тап болғанда бір шешімге келу* (прийти к одному решению, согласно условиям)*; лучшее, что может дать знать о себе человек; любая взаимосвязь между людьми должна быть обоюдной и это важно* и др. Встречается и цитата: *Кто со всеми согласен, с тем не согласен никто* (Уинстон Черчилль).

Достаточно распространены эмоционально-окрашенные характеристики КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ посредством согласованных атрибутивных реакций, содержащих положительную оценку: *жақсы* (хорошее), *шынайы* (правдивое), *бесконфликтно, дружно, одинаково, положительно* и др., что сигнализирует о восприятии респондентами этой ценности положительно.

*Функциональный аспект*. Согласие – залог гармоничных отношений. Компоненты *дос* (друг), *ұлттар* (нации), *дін* (религия), *Ассамблея, люди, общество* и др. являются значимыми в концептосфере казахстанского социума. Для обеспечения общественного согласия и общенационального единства в Республике функционирует Ассамблея народа Казахстана. Ассоциаты *Ассамблея* – 0,9 %, *ұлттар* (нации) – 0,9 %, *общество* – 1,2 %, *коллектив* – 0,6 % демонстрируют, что согласие имеется в обществе и среди наций.

Респондентами *согласие* вербализуется такими лексемами как *достық* (дружба) – 4,5 %, *дос* (друг), *махаббат* (любовь), *үй* (дом)– 0,9 %, *дружба* – 3,6 %, *семья* – 1,2 %*, свадьба, дружная семья, дети* – 0,6 % и др., чтоподразумевает бережное и чуткое отношение к близким, доброжелательность, терпимость, понимание в семье. В согласии – сила человека и коллектива (семьи).

Субъекты и объекты: *ақша* (деньги), *екі жақты көңілді адамдар* (веселые люди с обеих сторон) – 0,9 %, *люди* – 1,2 %; *деньги, партнер* – 0,6 %.

В Казахстане при проведении определенных операций банками запрашивается от клиента дать *Согласие на сбор и обработку персональных данных*, *указанных в заявке*. Ассоциаты *келісім-шарт* (договор), *шарт* (условие), *серіктестік* (партнерство), *ақша* (деньги) – 0,9 %, *партнер*, *подпись*, *сделка*, *контракт*, *обсуждение*, *разговор*, *деньги* – 0,6 % и др. ярко показывают, что слова-стимулы КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ в языковом сознании казахстанцев ассоциируются с областью банковской и финансовой сферы.

Процессы, происходящие в социально-культурной сфере жизни общества, отражаются как в речи, так и в языковом сознании человека. К примеру, интересны ассоциаты, данные респондентами женского пола: *улыбка, родители, свадьба* – 0,6 %, которые позволяют сделать вывод о том, что согласие в представлении девушки выглядит как разрешение родителей на замужество. В семье благословение родителей очень важно. У респондентов мужского пола с казахским языком мышления встречаются ассоциаты *үйлену* (жениться) – 1,8 %, *махаббат* (любовь) – 0,9 %.

Способы выражения согласия: *рукопожатие* – 1,2 %; *перемирие, подтверждение, улыбка, подпись* – 0,6 %. Сферы деятельности, где необходимо достигать согласия: *договор* – 1,8 %; *решение, сотрудничество, семья, общество* – 1,2 %; *контракт, ответственность, разум, коллектив, разговор, многонациональность, многоконфессиональность, обсуждение* – 0,6 %.

Таким образом, функциональные параметры обнаруживают различные смыслы ценности *согласие*.

*Семантический аспект*. Концептуальные параметры представлены в лексикографических толкованиях, а именно ключевые семы *келіссөз, бітім, үйлесім, ұнасым, жарасым, единомыслие, дружба, гармония.* В понятийный компонент согласие входят позитивные реакции – принятие мнения либо позиции собеседника, оказание ему поддержки.

Речевые синонимы и антонимы: *мир* – 4,8 %; *понимание* – 3,6 %; *одобрение* – 3 %; *компромисс, взаимопонимание* – 2,4 %; *соглашение, поддержка, единство* – 1,8 %; *помощь, сомнение* – 1,2 %; *да, взаимность гармония, обоюдность, единомыслие, консенсус, единогласие, взаимоотношение, недоверие, доверять, умение слушать и прислушиваться, опора, сделка, осознанность, единение, честное обоюдное соглашение сторон* – 0,6 %.

Чувства и состояния: *принятие* – 4,2 %; *доверие* – 1,8 %; *спокойствие, уважение* – 1,8 %; *любовь, радость* – 1,2 %; *примирение, доброта, свобода, уступчивость, вранье, добро, дружелюбие, добрый, хорошо, благополучие, довольство, верность, мудрость, честность, доброжелательность, мужественность* – 0,6 %.

Следует отметить, что возрастной группой респондентов 16-20 лет *согласие* абсолютно не воспринимается в категории ценностей. *Согласие* для них – абстрактная и малозначимая категория, в которой отсутствуют политические компоненты.

Меньший коэффициент разнообразия реакций наблюдается у казахскоязычной аудитории (респонденты).

Использованный алгоритм анализа базировался на идеях А. Киклевича, который предлагает рассматривать ценностные категории с трех позиций: семантической, аксиологической, функциональной. Данный подход мы считаем целесообразным, поскольку его основа позвоялет выявить не только конкретные языковые репрезентации ценностей, но и сделать аксиологические выводы.

**Выводы по 2 разделу**

Посредством инвентаризации и функциональной интерпретации ценностей, реализующихся в газетных текстах казахско- и русскоязычной прессы, и результатах ассоциативного эксперимента, можно сделать следующие выводы:

1) В современной казахстанской прессе ценности могут быть сгруппированы в семь тематических категорий: 1. человек (физическая сущность и сознание); 2. общество и общественные отношения; 3. духовная культура (наука и технологии); 4. духовная культура (искусство); 5. история; 6. материальная культура; 7. государство Казахстан.

2) Ценности ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ являются доминирующими и по результатам анализа эмпирического материала указывают на то, что они играют важную роль в межэтническом пространсте Казахстана.

3) В рассматриваемых в работе газетах определяется различная плотность ценностей на их страницах. Ценности ОТБАСЫ, КЕЛІСІМ, ОТАНСҮЙГІШТІК наиболее часто встречаются в газете «Егемен Қазақстан» (53,6 %), на втором месте – «Білімді ел» (28 %) и «Айқын» (18,4 %) в казахскоязычной прессе; ценности СЕМЬЯ, СОГЛАСИЕ, ПАТРИОТИЗМ – «Казахстанская правда» (77,4%), на втором месте – «Образованная страна» (12,6%) и «Литер» (10 %) в русскоязычной прессе. Если в русскоязычной прессе явное доминирующее положение по частоте встречаемости ценностей занимает газета «Казахстанская правда», то в казахскоязычной прессе ситуация не так ярко выражена, так как ценности распределены по газетам более равномерно, нежели в русскоязычной прессе.

4) Анализ материалов прессы показал, что высокие показатели характеристик <политика государства направлена на сохранение семейных ценностей> и <укрепление института семьи> подтверждают тезис о том, что тема семьи находится в фокусе внимания на государственном уровне и государством предпринимаются определенные меры по сохранению и укреплению этого социального института; согласие является своеобразным политическим ресурсом обеспечения безопасности и стабильности в государстве, и средства массовой информации играют важнейшую роль в его обеспечении; в основе понимания патриотизма лежит антиномия «свой – чужой». Картина мира «своя» противопоставляется картине мира «чужая» на основании соответствия / несоответствия системе ценностей.

5) Сопоставительный анализ 500 репрезентантов ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ позволяет выявить и исследовать в них общие и специфические черты. Совпадения в казахском и русском языков этих ценностей обусловлены не только их общечеловеческим характером, но и общей внеязыковой действительностью, единой государственной идеологией и адресованностью к общей аудитории, а специфические черты – этнокультурными особенностями и национальным менталитетом.

6) Ассоциативный эксперимент выявил особенности представления ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ в обыденном сознании казахстанцев. Ассоциативный эксперимент позволил смоделировать аксиологическое поле ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ и на этой основе определить, какие ассоциаты наиболее активны в обыденном сознании казахско- и русскоязычной аудитории. Если в прессе эти ценности имеют ярко выраженную идеологическую нагрузку, то в сознании респондентов, как показывают полученные реакции, они в целом лишены этой окраски и являются жизненно важными, взаимосвязанными и взаимообусловленными. Ассоциаты *келісім-шарт* (договор), *шарт* (условие), *серіктестік* (партнерство), *ақша* (деньги), *партнер*, *подпись*, *сделка*, *контракт*, *обсуждение*, *деньги* и др. ярко показывают, что слова-стимулы КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ в языковом сознании казахстанцев ассоциируются с областью банковской и финансовой сферы.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Систематизация и обстоятельный теоретический анализ научных работ позволяет прийти к выводу, что учеными-лингвистами разрабатывается весьма широкий спектр направлений по изучению категорий «ценность» и «оценка» в языке. Убедительная теоретическая и методологическая база исследований категории «ценность» позволила определить ценность как аксиологическую категорию, связанную с представлением об ориентирах и моделях поведения, принятых и одобренных в определенной социальной среде. Ценность, будучи категорией философской, также имеет и языковое выражение и тесно связана с категорией оценка. Оценка, с одной стороны, представляет собой логико-психологическое явление, поскольку в процессе оценивания могут быть задействованы эмоции. С другой стороны, оценка концептуальна, т.е. она является неотъемлемым свойством языкового сознания. Языковая оценка дает возможность выявить ценностную картину мира как отдельного человека, так и общества в целом. Оценка свойственна не только обиходно-бытовому языку, но также и языку прессы. Оценочные значения обладают иллокутивной функцией и стремятся воздействовать на адресата.

Ключевыми характеристиками медиатекстов являются: медиатексты содержат идеологические и ценностные сообщения; имеют социальное и политическое значения; отличаются специфическим языковым наполнением. Медиатексты могут рассматриваться как составная часть массмедиального дискурса, основными признаками которого являются: групповая соотнесенность, публичность, массовая направленность и др. Основными инструментами воздействия СМИ являются суггестия и манипуляция. Пресса и СМИ в целом оказывают прямое и / или непрямое влияние на все социально-политические процессы в обществе, при этом воздействие может быть как открытым, явным, так и завуалированным.

Современные исследования категории ценность должны проводиться с учетом комплексного подхода, с использованием основных научных методов лингвоаксиологических исследованийи ассоциативного эксперимента. Сочетание анализа материалов прессы с привлечением данных ассоциативного эксперимента, несомненно, оправдало себя в качестве комплексного подхода к исследованию доминантных ценностей казахстанского общества. В то же время можно предположить, что привлечение дополнительных исследовательских процедур позволило бы более полно и надёжно выявлять отношение к ценностям и прогнозировать вектор развития казахстанского общества. В работе осуществлена попытка разработки методики и алгоритма исследования ценностей на материале казахстанской прессы. В ходе введения названия тега: «құндылық»/«құндылықтар», «ценность»/«ценности» в поисковом окне сайтов газет: «Егемен Қазақстан» – «Казахстанская правда», «Айқын» – «Литер», «Білімді ел» – «Образованная страна», представилась возможность выявления доминантных ценностей в языке прессы. Применение данного алгоритма позволило получить научно достоверные результаты в изучении и описании ценностей в казахско- и русскоязычной прессе Казахстана. Большой фактический материал (около 1600 контекстов), эксцерпированный из казахско- и русскоязычной прессы, позволил установить семь тематических категорий ценностей в казахстанской прессе: 1. человек (физическая сущность и сознание); 2. общество и общественные отношения; 3. духовная культура (наука и технологии); 4. духовная культура (искусство); 5. история; 6. материальная культура; 7. государство Казахстан, а также проследить предпочтения журналистов при обращении к ценностям. Если в казахскоязычной прессе наименьший интерес представляет категория «материальная культура», то в русскоязычной прессе тема «искусство». Неравномерное качественное и количественное соотношение ценностей происходит в связи с тем, что за тридцать лет существования независимого Казахстана сформировался определенный рынок СМИ со своими национальными особенностями. В казахскоязычном сегменте и соцсетях наряду с политическими событиями много внимания уделяется вопросам культивирования национальных ценностей, функционирования казахского языка, акцентированию внимания на негативных сторонах истории советского периода. Русскоязычным СМИ больше присуще освещение политики и социально-экономических вопросов, а также заимствование материалов для публикации из российских изданий.

По результатам выборки в количественном соотношении доминантными ценностями в казахстанской прессе выступили ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ. Статистический анализ показал, что ценности ОТБАСЫ, КЕЛІСІМ, ОТАНСҮЙГІШТІК наиболее часто встречаются в газете «Егемен Қазақстан» (53,6 %), на втором месте – «Білімді ел» (28 %) и «Айқын» (18,4 %) в казахскоязычной прессе; СЕМЬЯ, СОГЛАСИЕ, ПАТРИОТИЗМ в газете «Казахстанская правда» (77,4%), на втором месте – «Образованная страна» (12,6%) и «Литер» (10 %) в русскоязычной прессе. Если в русскоязычной прессе явное доминирующее положение по частоте употребляемости ценностей занимает газета «Казахстанская правда», то в казахскоязычной прессе ситуация не так ярко выражена, так как ценности распределены по газетам более равномерно, нежели в русскоязычной прессе.

Для подтверждения (или опровержения) влияния СМИ на обыденное сознание в диссертационное исследование был включен ассоциативноый эксперимент с привлечением 100 респондентов. Опрос проводился на казахском и русском языках. Анкета содержала общую информацию о респонденте (возраст, пол, язык мышления). Полученные данные в ходе эксперимента позволили сделать вывод, что в обыденном сознании респондентов практически отсутствует идеологическая составляющая ценностей ОТБАСЫ / СЕМЬЯ, КЕЛІСІМ / СОГЛАСИЕ, ОТАНСҮЙГІШТІК / ПАТРИОТИЗМ, в той степени как это представлено в материалах прессы. У большинства испытуемых представления, касающиеся ценности СЕМЬЯ, отражают аксиологический компонент, на втором месте находятся реакции, связанные со сферой функционирования, и на третьем – реакции семантического аспекта. Частотность и разнообразие эмоционально-оценочных реакций позволили определить, что аксиологическая составляющая доминирует в ответах-реакциях у русскоязычной аудитории (респонденты). В ходе ассоциативного эксперимента установлено, что границы содержания координат оценки анализируемых ценностей определяются не только этнокультурными особенностями, но и возрастными установками. По параметру выявленных отличий в ассоциативном реагировании, на наш взгляд, можно констатировать тот факт, что происходит трансформация ментальных представлений, ценностных приоритетов и жизненных установок современного поколения. В сознании представителей молодого поколения испытуемых (16-20 лет) патриотизм вызывает как положительные реакции – *Родина, гордость, энергия*, так и отрицательные реакции – *оппозиция, борьба, навязчивость, фанатизм, гнилость, вранье, неприязнь* и др. Старшее поколение (40 лет и старше) приоритетными считает моральные ценности и связанные с ними понятия: *кең мақтанып* (испытывать особую гордость)*, асқан сүйіспеншілік пен махаббат* (чрезмерная любовь)*, елге қызмет ету* (служить стране), *табиғатқа жанашарлық (*бережное отношение к природе), *любовь к родному языку, гордость за свою культуру, сделать все, чтобы защитить свою Родину, самоотдача, волонтерство, быть неравнодушным* и др.

Таким образом, изучение медиатекстов является платформой для формирования представления о том, как реальность вокруг нас концептуализируется, конструируется и репрезентируется. Тексты СМИ отражают ценности как журналистов / адресантов, так и адресатов, соответственно, всего общества. В настоящее время в казахстанском обществе происходит перефокусировка ценностей, дрейф которой направлен на возрождение интереса к духовным ценностям, связанным с национальной идентичностью, которая является своего рода уникальным национальным кодом, передающимся из поколения в поколение.

*Перспективы исследования*. Представленный в диссертации алгоритм изучения ценностей в языке казахстанской прессы и полученные результаты ассоциативного эксперимента дают возможность дальнейшего изучения ценностей на материале разных языков.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Джамбаева Ж.А. К вопросу о разработке психолингвистического направления аксиологической лингвистики // Cuadernos de Rusística Española. – 2013. – Vol. 9. – P. 29-36.
2. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 815 с.
3. Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский / Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова, Ю.Н. Караулов, Е.Ф. Тарасов. – М., 2004. – 800 с.
4. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.). – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 383 с.
5. Сергеева Л.А. Оценочное значение и категоризация оценочной семантики: опыт интерпретационного анализа: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Уфа, 2004. – 48 с.
6. Әлеуметтік лингвистика терминдерінің сөздігі. Словарь социолингвистических терминов. 2-басылымы, өңделген / Э.Д. Сүлейменова, Н.Ж. Шәймерденова, Ж.С. Смағұлова, Д.Х. Ақанова. – Алматы, 2020. – 400 б.
7. Kiklewicz A. Социальные ценности в системе современной культуры // Przegląd Wschodnioeuropejski. – 2013. – IV. − S. 273-294.
8. Козыбаев С.К. Масс-медиа: словарь-справочник. − Алматы: Экономика, 2007. − 704 с. (Отечественная журналистика).
9. Байтұрсынов А. Шығармалары: 5 томдық шығармалар жинағы. – Т. I. – Алматы, 2002. – 207 б.
10. Исаев С. Язык периодической печати 1920-х годов: дис. ... канд. филол. наук. – Алма-Ата, 1966. – 136 с.
11. Әбілқасымов Б. Алғашқы қазақ газеттерінің тілі / жауапты ред. М. Балақаев. –Алматы: Ғылым, 1971. – 188 б.
12. Қарашева Н.В. XX ғасырдың басындағы қазақ публицистика тілінің ерекшеліктері» («Айқап» журналының материалдары бойынша): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 1959. – 119 с.
13. Алдашева А.М. Қазіргі қазақ әдеби тіліндегі лексикалық жаңа қолданыстар (1976-1991 жылдардағы баспасөз материалдары негізінде): филол. ғыл. канд. ... дис. – Астана, 1992. – 143 б.
14. Момынова Б. «Қазақ» газетіндегі қоғамдық-саяси лексика: филол. ғыл. канд. ... дис. – Алматы, 1992. – 131 б.
15. Бекхожин Х. Қазақ баспасөзі тарихының очеркі (1860-1958). – Алма-Ата: Мектеп, 1981. – 240 с.
16. «Казахскоязычные и русскоязычные СМИ: чья возьмет?» // <https://qmonitor.kz/politics/1744>
17. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М., 1971. – 267 с.
18. Мисонжников Б.Я., Юрков А.А. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. – 46 с.
19. Грабельников А.А. Средства массовой информации в постсоветской России. – М.: РУДН, 1996. – 167 с.
20. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре: репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.: дис. ... д-ра филол. наук. – СПб, 2010. – 398 с.
21. Ахметжанова З.К., Копыленко М.М. и др. Казахское слово в русском художественном тексте. – Алма-Ата: Гылым, 1990. – 168 с.
22. Аймагамбетова М.М. Функционирование трансформированных фразеологизмов в заголовках казахстанских газет и новостных сайтов: дис. ... докт. PhD. – Алматы, 2018. – 207 с.
23. Ерсултанова Г.Т. Публицистикалық дискурстағы тілдік тұлға (қазіргі қазақ баспасөз материалдары негізінде): филос. докт. (PhD) ... дис. – Алматы, 2020. – 185 б.
24. Есенова К.У. Қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде): фил. ғыл. докт. ... дис. – Алматы, 2007. – 345 б.
25. Жумагулова В.И. Сатира и юмор в русскоязычной прессе Казахстана: лингвистический аспект: дис. ... д-ра филол. наук. – Алматы, 2001. – 243 с.
26. Журавлева Е.А. Семантизация лексики в газетном тексте (на материале казахстанской прессы 1988-1998 гг.): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 1998. – 167 с.
27. Ихсангалиева Г.К. Функционально-прагматический анализ газетных заголовков (на материале казахстанских газет и телепрограмм): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы: КазГНУ им. Аль-Фараби, 2000. – 135 с.
28. Маханова Л.З. Языковые средства выражения толерантности в текстах масс-медиа: дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2010. – 132 с.
29. Мұсабекова А.А. Қазіргі қазақ публицистикасында экспрессия мен эмоцияны білдірудің тілдік құралдары: филол. ғыл. канд. ... дис. – Астана, 2004. – 136 б.
30. Сабитова Ш.А. Репрезентация фрагментов миросозерцания в светском газетном дискурсе Республики Казахстан: дис. ... д‑ра филол. наук. – Алматы, 2010. – 258 с.
31. Сейдалиева Г.О. Мерзімді баспасөздегі стереотиптердің лингвопрагматикалық ерекшеліктері: филос. ғыл. докт. ... дис. (PhD). – Алматы, 2017. – 173 б.
32. Русский язык. Энциклопедия / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Российская энциклопедия; Изд. дом «Дрофа», 1997. – 703 с.
33. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Рос. акад. наук, Ин‑т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп.. – М.: ООО «А Темп», 2006. – 944 с.
34. Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирование. – Воронеж: Родная речь, 2004. – 194 с.
35. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М.: Едиториал УРСС, 2008. – 202 с.
36. Казак М.Ю. Традиционные и новые подходы к определению языка СМИ // Журналистика и медиаобразование – 2008: сб. тр. III Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25-27 сент. 2008 г.): в 2 т. – Т. 2 / под ред. М.Ю. Казак, У. Перси, А.В. Полонского, Е.А. Кожемякина. – Белгород, 2008. – С. 123‑129.
37. Володина М.Н. Язык массовой коммуникации – особый язык социального взаимодействия // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Изд-во МГУ, 2008. – С. 27-47.
38. Винокур Г.О. Культура языка. Очерки лингвистической технологии. – М., Работник просвещения, 1925. – 214 с.
39. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – М.: Златоуст, 1999. – 320 с.
40. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. – 2-е изд., стер. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
41. Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста [Электронный ресурс] // Современный дискурс-анализ. Интерпретация медийных форм дискурса: электронный журнал. – 2012. – Вып. 6. – С. 30-41.
42. Мусатаева М.Ш., Кожахметова А.С. Реализация аксиологической семантики в языке казахстанских масс-медиа // LingvLit: науч. альманах / под ред. С.Д. Абишевой. – Вып. 3. – Алматы: ТОО «КОПИТЕК», 2019. – 284 с.
43. Бозбаева А.Г. Оценочность рекламного текста в СМИ Республики Казахстан (на материале теле- и радиорекламы): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2006. – 130 с.
44. Есенова Қ.Ө., Дюсембина Г.Е. Лингвоаксиология (қазақ баспасөз материалдары негізінде): Оқу құралы. – Алматы: ИП «Балауса», 2020. – 296 б.
45. Жақсыбаева Ф.З. Газет мәтінінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша): фил. ғыл. канд. ... дис. – Алматы, 2000. – 153 б.
46. Кайда Л.Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция // Язык современной публицистики: сб. ст. / под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Наука, 2005. – 232 с.
47. Клушина Н.И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ // Публицистика и информация в современном обществе / под ред. Г.Я. Солганик. – М., 2000. − С. 94-106.
48. Кормилицына М.А. Риторическая организация речи (адресованность речи) // Хорошая речь / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – М.: Изд‑во ЛКИ, 2007. – С. 211-221.
49. Момынова Б.Қ. Қазақ газеттерінің лексикасы (жүйесі мен құрылымы): фил. ғыл. докт. ... дис. – Алматы. 1999. – 237 б.
50. Шайбакова Д.Д. О языке казахстанcкой прессы // ҚазҰУ хабаршысы. Филология сериясы. – Алматы: Қазақ университеті, 2001. – № 2(53). – С. 66-72.
51. Солганик Г.Я. Лексика газеты: функциональный аспект: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». – М.: Высш. шк., 1981. – 112 с.
52. Lasswel H. The Structure and Functions of Communication in Society // The Communication of Ideas. – 1948. – № 4. – P. 45-50.
53. Исаев С. Қазақ тіл білімінің мəселелері / Құраст.: ф.ғ.д. Ғ. Əнес жəне проф. Н.С. Исаева. – Алматы: «Абзал-Ай» баспасы, 2014. – 472 б.
54. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 296 с.
55. Зильберт Б.А. Тексты массовой информации: учеб. пособие для студ. филол. фак. ун-тов и пед. ин-тов. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1991. – 77 с.
56. Остин Дж.Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. Теория речевых актов. – М., 1986. – С. 22-130.
57. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 88-125.
58. Шейнов В.П. Психологическое влияние. – Минск: Харвест, 2007. – 638 с.
59. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / пер. с англ., науч. ред. Я.Н. Засурский. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
60. Мусатаева М.Ш. Имиджеобразующие стратегии и технологии (на материале казахстанских онлайн-изданий) // Екшембеева Л.В., Нуршаихова Ж.А., Мусатаева М.Ш. Технологии и методики дискурсного воздействия: колл. монография. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – С. 89-147.
61. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж: Истоки, 2001. – 227 с.
62. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие.– М.: Флинта, 2012. – 170 с.
63. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
64. Базылев В.Н. Политик-фраза и политик-текст // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 65-71.
65. Хомский Н. Десять стратегий манипулирования с помощью СМИ. – URL: http://www.psyfactor.org/lib/manipulation3.htm
66. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.
67. Анисимова Т.В., Чубай С.А. Оценочные суждения как средство манипуляции в дискурсе социальной рекламы // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2021. – № 1. Т. 1. – С. 91-99.
68. Киклевич А.К., Потехина Е.А. О суггестивной функции текста // Фатическое поле языка (памяти профессора Л.Н. Мурзина): межвуз. сб. науч. тр. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1998. – С. 114-127.
69. Киклевич А.К. Притяжение языка. Т. 1. Семантика. Лингвистика текста. Коммуникативная лингвистика. – Ольштын, 2007. – С. 371-389.
70. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003.– 656 с.
71. Черепанова И.Ю. Дом колдуньи: язык творческого бессознательного. – М.: КСП, 1996. – 381 с.
72. Базылев В.Н. Российская лингвистика XXI века: традиции и новации. – М.: Изд-во СГУ, 2009. – 380 с.
73. Сергеечева В. Приемы убеждения. Стратегия и тактика общения. – СПб.: Питер, 2002. – 192 с.
74. Голоднов А.В. Риторический метадискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации. – СПб.: Астерион, 2011. – 343 с.
75. Борисова С.С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста (на материале немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук. – Орел, 2016. – 250 с.
76. Каган М.С. Философская теория ценности. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. – 205 с.
77. Гартман Э. Сущность мирового процесса, или Философия бессознательного. Метафизика бессознательного. – М.: Красанд, 2014. – 440 с.
78. Комлев Н.Г. Словарь новых иностранных слов [Текст] / Н.Г. Комлев – М.: МГУ, 1995. – 144 с.
79. Bally Ch. Le langage et la vie. – Geneva, 1913. – Atar. (Spanish ed. El lenguaje y la vida. – Buenos Aires: Losada, 1941). – 378 с.
80. Ullmann S. Semantics: An Introduction to the Science of Meaning. – Oxford: Basil Blackwell, 1962. – 278 с.
81. Pottier B. Linguistique générale. Théorie et description. – Paris: Klincksieck, 1974. – 338 с.
82. Krzeszowski T.P. Angels and Devils in Hell. Elements of Axiology in Semantic. – Warsaw: Energeia, 1997. – 298 p.
83. Krzeszowski T. The axiological aspect of idealized cognitive models // Meaning and Lexicography / J. Tomaszczyk and B. Lewandowska (eds.). – Amsterdam: John Benjamins, 1990. – С. 135-165.
84. Osgood Ch., Suci G. and Tannenbaum P. The Measurement of Meaning. – Chicago: Illinois University Press, 1957.
85. Suchecki J. Status poznawczy wyrazen metaforrycznych // Studia z psycholingwistyki ogólnej I rozwojowej / I. Kurcz (ed.). – Warsaw: Ossolineum, 1983. – С. 83-110.
86. Серебренникова Е.Ф., Антипьев И.П. и др. Лингвистика и аксиология: этносемиометрия ценностных смыслов: колл. монография. – М.: ТЕЗАУРУС, 2011. – 352 с.
87. Мусатаева М.Ш., Кожахметова А.С. Аксиологические исследования в казахстанской лингвистике // Вестник КГУ им. Ш. Уалиханова. Сер.: Филологическая. – Кокшетау, 2018. – Вып. 2. – С. 129-134.
88. Темиргазина З.К. Оценочные высказывания в русском языке. – Павлодар, 1999. – 272 с.
89. Темиргазина З.К. Лингвистическая аксиология: Оценочные высказывания в русском языке [Электронный ресурс]: монография. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2015. – 247 с.
90. Темиргазина З.К. Избранные работы по лингвистике: в 2 т. – Т. I. Лингвистическая аксиология: Оценочные высказывания в русском языке. – Павлодар: ЭКО, 2010. – 310 с.
91. Темиргазина З.К. Избранные работы по лингвистике: в 2 т. – Т. II. Лингвистическая аксиология. Прагматика. Психолингвистика. – Павлодар: ЭКО, 2010. – 338 с.
92. Мирзоева Л.Ю. Эволюция категории оценки в русском языке XVII-XIX вв.: дис. ... д‑ра филол. наук. – Алматы, 2010. − 286 с.
93. Mussatayeva M., Kozhakhmetova A. Realization of axiological semantics (on the material of the Kazakhstani press) // Вестник КазНУ им. аль-Фараби. Сер.: Филологическая. – Алматы, 2019. – Вып. 3(175). – С. 113-122.
94. Далабаева Г.М. Ценностные концепты и способы их экспликации в языковой картине мира: дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2006. – 156 с.
95. Джамбаева Ж.А. Аксиологические стереотипы языкового сознания казахстанцев: дис. ... д‑ра филол. наук. Кокшетау, 2010. – 444 с.
96. Дюсембина Г.Е. Мерзімді баспасөздегі ғаламның аксиологиялық бейнесі (саяси мәтіндер негізінде): филос. докт. (PhD) ... дис. – Алматы, 2016. – 177 б.
97. Ибадильдина З.Х. Эмотивная лексика казахского и русского языков: дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 1997. – 223 с.
98. Каирова М.К. Лексико-фразеологические способы репрезентации эстетической оценки внешности человека в русской и казахской языковых картинах мира. – Павлодар. 2010. – 133 с.
99. Кияшева А.А. Семантическое поле глаголов эмоций в современном русском и казахском языках: дис. ... канд. филол. наук. – Алма-Ата, 1985. – 151 с.
100. Мячина И.А. Когнитивные особенности семантики оценочных прилагательных русского и английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2005. – 180 с.
101. Азылбекова Г.О. Прагматика оценки (на материале русского и немецкого языков). – Павлодар: Кереку, 2017. – 122 с.
102. Бақытов А.Т. Француз және қазақ тілдеріндегі бағалай сөйлеудің ұлттық-мәдени ерекшеліктері: филол. ғыл. канд. ... дис. – Алматы, 2005. – 138 б.
103. Изакова С.Б. Лексикографическая интерпретация и презентация эмоционально-оценочной лексики (на материале английского, русского и казахского языков): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2007. – 145 с.
104. Скрипникова А.И. Лингвокогнитивный аспект исследования языка СМИ (на материале полиязычной казахстанской прессы): дис. … д‑ра филос. (PhD). – Алматы, 2015. – 157 с.
105. Амалбекова М.Б. Глаголы со значением эмоций и каузации эмоций (интерпретационное описание лексической и видовой семантики): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 1992. – 193 с.
106. Жонкешов Б.С. Эмоционалды бірліктердің тілдік табиғаты (семантика, сөзжасам, фоносемантика): филол. ғыл. канд. ... дис. – Алматы, 2006. – 129 б.
107. Жумагулова Б.С. Оценка позиции адресата в полемическом дискурсе // Казахское языкознание: история, опыт и будущее: материалы междунар. науч.-теор. конф. – Алматы: Шапагат Нур, 2011. – С. 323-327.
108. Сарышова К.С. Қазақ тіліндегі эмоцияны бейнелейтін фразеологизмдер: филол. ғыл. канд. ... дис. – Қызылорда, 2006. – 155 б.
109. Токтамысова Д.Б. Прагматический компонент лексической оценки лица в современном английском языке (положительная оценка): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 1996. – 194 с.
110. Абдикеримова Г.Е. Категория оценки как составляющая картины мира в средствах массовой информации // Przegląd Wschodnioeuropejski. – 2015. – Vol. VI/1. – P. 197-208.
111. Кожахметова А.С. Аксиологический компонент текстовой картиры мира (на материале казахстанской прессы) // Przeglad Wschodnioeuporejski. – 2020. – Vol. XI/2. – P. 175-189.
112. Mussatayeva M., Kozhakhmetova A., Nussupbekova A., Kuatova G. Linguo-Didactic Aspect of Axiology // International conference on New Horizons in Education: материалы междунар. науч.-практ.конф. – Париж, 2018. – С. 1094-1100.
113. Kania I. Kanon kultury: sztywna formuła czy żywa treść? // Znak. – 1994. – Vol. 7. – S. 38-44.
114. Bartmiński J., Grzesczak M. Jak rekonstruować kanon wartości narodowych i europejskich? Etnolingwistyka. – Warsaw, 2014.
115. Wartości w językowy-kulturowym obrazie świata Slowian i ich sąsiadów. T. 2. Wokół europejskiej aksiosfery / red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, S. Niebrzegpwska-Bartmińska. – Lublin, 2014.
116. Базовые ценности носителей русской культуры / отв. ред. Е.Ф. Тарасов. – М.: 2019. – 550 с.
117. Ценности казахстанского общества в социологическом измерении. – Алматы: ТОО «DELUXE Printery», 2020. – 143 с.
118. Анисимов С.Ф. Введение в аксиологию: учеб. пособие для изучающих философию. – М.: Современные тетради, 2001. – 128 с.
119. Ивин А.А. Аксиология. – М.: Высш. шк., 2006. – 390 с.
120. Halliday M.A.K. An Introduction to functional grammar / M.A.K. Halliday and Christian M.I.M. Matthiessen: third edition. – Hodder Arnold, 2004. – 700 p.
121. Martin J.R. Beyond exchange: Appraisal systems in English // Hunston S. & Thompson G. (eds.). Evaluation in text: Authorial stance and the construction of discourse. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – P. 142-175.
122. Martin J.R., White P.R.R. The language of evaluation. Appraisal in English. – Palgrave Macmillan, 2005. – 278 p.
123. Thompson G., Hunston S. Evaluation: An introduction // Evaluation in Text: Authorical Stance and the Construction of Discourse / S. Hunston and G. Thompson (eds). – Oxford: Oxford University Press, 2000. – P. 1-27.
124. Bednarek M. Evaluation and cognition: Inscribing, evoking and provoking opinion // Language and Memory. Aspects of Knowledge Representation / Hanna Pishwa (ed.). Mouton de Gruyter. – Berlin; New York, 2006. – Р. 187-221.
125. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт.  – М.: Наука, 1988. – 341 с.
126. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – 2‑е изд., доп. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 280 с. (Лингвистическое наследие XX века).
127. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожиной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
128. Болдырев Н.Н. Когнитивная природа языка: сб. ст. – М.; Берлин: Директ Медиа, 2016. – 251 с.
129. Кузнецова Н.Е., Шевченко Е.В. К вопросу о некоторых способах выражения оценки // Язык. Текст. Стиль: сб. науч. тр. – Курган: Курган. гос. ун-т, 2004. – С. 71-79.
130. Ильюшина Е.С. Лексические средства положительной оценки человеческих качеств: психолингвистический анализ: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2001. – 185 с.
131. Банару В.И. Оценка, модальность, прагматика // Языковое общение: Единицы и регулятивы: межвуз. сб. науч. тр. – Калинин, 1987. – С. 14-18.
132. Апресян Ю.Д. Прагматическая информация для толкового словаря // Апресян Ю.Д. Избранные труды. – Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. – 2-е изд. – М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 1995(г). – С. 135-155.
133. Скляревская Г.Н. Метафора в системе языка. – СПб.: Наука, 1993. – 150 с.
134. Апресян Ю.Д. Коннотация как часть рагматики слова // Апресян Ю.Д. Избранные труды. – Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. – 2-е изд. – М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 1995(а). – С. 156-171.
135. Трипольская Т.А. Семантическая структура экспрессивного слова и ее лексикографическое описание (на материале эмоционально-оценочных существительных со значением лица): дис. ... канд. филол. наук. – Томск, 1985. – 226 с.
136. Булыгина Е.Ю. Экспрессивные прилагательные современного русского языка (семантический, прагматический и лексикографический аспекты): дис. ... канд. филол. наук. – Новосибирск, 1991. – 204 с.
137. Тихонова М.А. Аксиология в контексте лексикографии: модель «Словаря оценочной лексики русского языка»: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2016. – 200 с.
138. Ивин А.А. Основания логики оценок. – М.: МГУ, 1970. – 230 с.
139. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
140. Карцевский С.О. Сравнения // Вопросы языкознания. – 1976. – № 1. – С. 107-112.
141. Байрамова Л.К. Аксиологический татарско-русский фразеологический словарь. – Казань: ФЭН, 2019. – 232 с.
142. Миронова Н.Н. Дискурс-анализ оценочной семантики. – М.: НВИ – ТЕЗАУРУС, 1997. – 158 с.
143. Wright Georg Henrik von. The varieties of Goodness. – New York: The Humanities Press Inc., 1963. – P. 1-10.
144. Васильев Л.М. Семантическая категория оценки и оценочные предикаты // Исследования по семантике: Семантические категории в русском языке: cб. науч. ст. – Уфа: Изд-во БГУ, 1996. – С. 55-62.
145. Трипольская Т.А. Эмотивно-оценочный дискурс: когнитивный и прагматический аспекты: монография. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 1999. – 166 с.
146. Маркелова Т.В. Выражение оценки в русском языке // РЯШ. – 1995. – № 1. – С. 76-82.
147. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: КомКнига, 2006. – 280 с.
148. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. – М.: Высш. шк., 1981. – 320 с.
149. Маркелова Т.В. Семантика оценки и средства её выражения в русском языке: учеб. пособие по спецкурсу. – М.: МГУ, 1993. – 125 с.
150. Мусатаева М.Ш., Кожахметова А.С. Языковые средства и способы реализации аксиологической семантики (на материале казахстанской прессы) // Вестник КазНПУ им. Абая. Сер.: Филологические науки. – Алматы, 2020. – Вып. 2(72). – С. 166-175.
151. Маркелова Т.В. Прагматика и семантика средств выражения оценки в русском языке: монография. – М.: МГУП им. Ивана Федорова, 2013. – 300 с.
152. Сергеева Л.А. Категория оценки и аспекты ее описания // Исследования по семантике: Семантические категории в русском языке: межвуз. сб. науч. ст. – Уфа: БГУ, 1996. – С. 62-76.
153. Словарь евразийской линвокультуры Казахстана / З.К. Сабитова, Г.Т. Жанкидирова, К.С. Скляренко, Д.С. Шантаева, А.Т. Шетиева; отв. ред. З.К. Сабитова. – Алматы: Қазақ университеті, 2011. – 187 с.
154. Кожахметова А.С. Ценность как ключевое понятие аксиологической лингвистики // Проблемы поэтики и стиховедения – IX: сб. материалов междунар. науч.-теор. конф.,посвящ. 90-летию выдающегося казахского поэта Мукагали Макатаева. – Алматы: Ұлағат, КазНПУ им. Абая, 2021. – С. 196-199.
155. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград, 2004. – 322 с.
156. Кожахметова А.С. О некоторых доминантных ценностях казахстанского общества (на материале казахстанской русскоязычной прессы) // Проблемы поэтики и стиховедения: сб. материалов междунар. науч.-теор. конф., посвящ. 90-летию КазНПУ им. Абая. – Алматы: Ұлағат, КазНПУ им. Абая, 2018. – С. 301-305.
157. Шохин В.К. Философия ценностей и ранняя аксиологическая мысль. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – 457 с.
158. Абишева А.К. О понятии «ценность» // Вопросы философии. – 2002. – № 3. – С. 139-146.
159. Алефиренко Н.Ф. Поэтическая энергия слова: Синергетика языка, сознания и культуры: монография / Рос. акад. наук, отд-ние лит. и яз. – М.: Academia, 2002. – 391 с.
160. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в составе национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М.: РАН, Ин-т языкознания, 1996. – С. 97-112.
161. Baeva L. Values of Mediasphere and E-Culture // Przegląd Wschodnioeuropejski. – 2017. – Vol. VIII/1. – С. 173-184.
162. Синячкин В.П. Общечеловеческие ценности как инструмент анализа языкового сознания членов общества // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2010. – № 2. – С. 62-66.
163. Общечеловеческие и национальные ценности в изменяющемся обществе: монография / Р.К. Кадыржанов, К.Ж. Нугманова, А.Г. Косиченко, Ф.К. Бисенбаев; АН Респ. Казахстан, Ин-т философии. – Алматы: Ақыл кiтабы, 1997. – 219 с.
164. Категория оценки и система ценностей в языке и культуре / отв. ред. С.М. Толстая. – М.: Индрик, 2015. – 432 с.
165. Голованова А.В. Ценности и оценки в языковом отражении (на материале русского и польского языков): дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 2002. – 236 с.
166. Карасик В.И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. – М.: Гнозис, 2019. – 424 с.
167. Ақберген А.И. Трансформация социальных ценностей в современном казахстанском обществе: дис. ... д‑ра филос. (PhD). – Алматы, 2020. – 125 с.
168. Мусатаева М.Ш., Кожахметова А.С. Аксиологический компонент текста в языке прессы как средство воздействия на массовое сознание // Norwegian Journal of development of the International Science. – 2019. – Vol. 35. – С. 52-56.
169. Алимова С.Б. Патриотизм как политическая ценность и технология // КарМУ Хабаршысы. Тарих, философия, құқық сериясы = Вестн. КарГУ. Сер. История, философия, право. – 2007. – №3. – С. 140-144.
170. Қазақ әдеби тілінің сөздігі XII том / құраст.: А. Үдербаев, О. Нақысбеков, Ж. Қоңыратбаева және т.б. – Алматы: Қазақ энциклопедиясы, 2010. – 752 с.
171. Словарь современного русского литературного языка / под ред. Г.А. Галавановой. – Т. XIII. – М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1962. – 1519 с.
172. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=69200 (дата обращения: 09.01.2020).
173. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.ozhegov.com/words/32153.shtml (дата обращения: 09.01.2020).
174. Толковый словарь Ефремовой (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.efremova.info/word/semja.html#.YNK6c-gzbIU (дата обращения: 09.01.2020).
175. Велитченко С.Н. Специфика, приемы и формы деятельности СМИ Казахстана в освещении проблем семьи и брака (на материалах республиканских изданий и программ Государственной корпорации телевидения и радио Казахстана на русском языке. 1985-1995 гг.): дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 1995. – 191 с.
176. Қалыбай Ж.С. Қазақ баспасөзіндегі махаббат, неке және отбасы мәселелері (Республикалық газет журналдарының 1986-1996 жж. жарияланымдары бойынша): филол. ғыл. канд. ... дис. – Алматы, 1999. – 151 б.
177. Нысанбаев А. Духовно-ценностный мир народа независимого Казахстана: проблемы и перспективы / под общ. ред. З.К. Шаукеновой. – Алматы: Ин-т философии, политологии и религиоведения КН МОН РК, 2015. – 274 с.
178. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.ozhegov.com/words/22389.shtml (дата обращения: 09.01.2020).
179. Толковый словарь Ефремовой (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.efremova.info/word/patriotizm.html#.YNK6qugzbIU (дата обращения: 09.01.2020).
180. Словарь современного русского литературного языка. – Т. IX. – М.; Л.: Изд‑во АН СССР, 1959. – 1484 с.
181. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=44982 (дата обращения: 09.01.2020).
182. Әділет: [информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан](https://adilet.zan.kz/rus) [Электронный ресурс]. – URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/K950001000
183. Ценности и идеалы независимого Казахстана: колл. монография / под общ. ред. З.К. Шаукеновой. – Алматы: Ин‑т философии, политологии и религиоведения КН МОН РК, 2015.– 322 с.
184. Кожахметова А.С. Репрезентация концепта патриотизм в казахстанских СМИ // Компетентностно-коммуникативные основы языковой подготовки будущих педагогов-предметников в полилингвальном образовательном пространстве: материалы междунар. науч.-метод. конф. / под ред. Г.А. Кажигалиевой, А.Д. Маймаковой. – Алматы: ИП «Балауса», 2020. – С. 419-422.
185. Словарь современного русского литературного языка. – Т. XIV. – М.; Л.: Изд‑во АН СССР, 1963. – 1392 с.
186. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=72067 (дата обращения: 09.01.2020).
187. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – URL: https://www.ozhegov.com/words/33498.shtml (дата обращения: 09.01.2020).
188. Толковый словарь Ефремовой (онлайн-версия) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.efremova.info/word/soglasie.html#.YNK61OgzbIU (дата обращения: 09.01.2020).
189. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента: монография / Ин-т языкознания РАН. – Харьков; Москва: РА‑Каравелла, 2001. – 320 с.
190. Дмитрюк Н.В., Молдалиева Д.А., Нарожная В.Д., Молданова Ж.И., Мезенцева Е.С., Сандыбаева Н.А., Абрамова Г.И. Қазақша ассоциациялық сөздік. Казахский ассоциативный словарь. – Алматы-Москва: Медиа-ЛотоС, 2014. – 330 с.

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

**Репрезентанты ценности ОТБАСЫ**

1. Ал оларды табыстырған махаббат хикаясы туралы біреу білсе, біреу білмес. Осы орайда отасқандарына 40 жылдан асқан жұлдызды жұптың өнерден тыс ***отбасы құндылықтары*** туралы білмек болған едік («Егемен Қазақстан», 09 қаңтар 2018)

СИПАТТАМА: 9

1. Қазіргі кезде ***отбасы құндылықтарын*** нығайту және демографиялық саясат мәселелерін тереңдету ісінің мәні мен маңызы жоғары («Егемен Қазақстан», 16 ақпан 2018 ж.)

СИПАТТАМА: 10

1. Дегенмен, қазақ халқы ежелден «Отан отбасынан басталады» деп ***отбасы құндылығына*** үлкен мән берген («Білімді ел», 11 маусым 2018)

СИПАТТАМА: 7

1. Желіде радикалды, ұлтаралық араздықты тудыратын, адамзаттық құқықтық құндылықтарды таптайтын, теріс идеяларды тарататын арнайы топтар мен қауымдастықтар тым белсенді. Ең қауіптісі, көбіне қоғамда қызу талқыланып жатқан тақырыптардың өзегін тауып, «адвокат» бола қалатын сол топ мүшелері. ***Отбасы құндылықтары***, тағылымды тәрбие, тектілік тақырыптарын қаузап, зерттеп жүрген жанашыр азаматтар бар («Егемен Қазақстан», 27 шілде 2018)

СИПАТТАМА: 5, 7, 10, 12

1. Халқымыздың тамыры терең кеткен, тарихымен бірге жалғасып келе жатқан рухани байлықтарының бірі – ***отбасы құндылықтары*** («Егемен Қазақстан», 18 қыркүйек 2018)

СИПАТТАМА: 5

1. «Отбасы күніне» орай, «Нұр Астана» орталық мешітінің ұйымдастыруымен ***отбасылық құндылықтарды*** насихаттауға бағытталған «Үлгілі отбасы – қоғам тірегі» атты семинар өткізілді. Сондықтан «Ислам және отбасы» жылы аясында өткізіліп отырған семинарымыз халқымыздың ***отбасы құндылықтарын*** жаңғыртып, жас отбасыларға насихаттауға бағытталып отыр», – дей келіп Асқар Мұқанов іс-шараға қолдау білдірген Астана қаласының әкімдігіне, семинар спикерлеріне алғыс білдірді. Аталмыш семинар қоғамның ұйытқысы болған отбасы құндылықтарын насихаттап, жанұя жарасымы, біртұтас қоғам құру ісі үшін де айрықша мәнге ие. Бұл ретте ***отбасылық құндылықтарды*** насихаттап, теріс діни ағымдардан сақтандырудың маңызы зор («Егемен Қазақстан», 18 қыркүйек 2018)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10, 12

1. Әсіресе өңір жастары арасындағы қазіргі ахуал мен үрдісті зерттеу, оның аясында рухани, ***отбасылық құндылықтарды*** насихаттау, патриоттық тәрбие және құқық бұзушылық пен діни экстремизмнің алдын алу, жайдарман ойындарын ұйымдастыру жолымен жастарды ұйымшылдыққа шақыру және т.б. («Білімді ел», 24 желтоқсан 2018)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10, 12

1. Халқымыз қадір тұтқан киелі босағаның киесін бойымызға сіңіріп өскен біз үшін, бұл құндылықтың қасиеті құлжадай қадірлі еді. Соңғы жылдары елімізде ***отбасы*** *тәрбиесі,* ***құндылықтары*** мәселесіне мемлекеттік деңгейде көп көңіл бөлінуде («Егемен Қазақстан», 16 қаңтар 2019)

СИПАТТАМА: 2, 5, 10

1. Облыс басшысы Жастар жылында Елбасы ***отбасы институты*** *мен* ***құндылықтарын*** дамытуға ерекше назар аударғанын атап өтті («Егемен Қазақстан», 15 ақпан 2019)

СИПАТТАМА: 2, 10

1. Дәстүрлі ***отбасы құндылықтары*** сақталған Түркістан облысындағы көпбалалы отбасылар ұлттық демографияға айтулы үлес қосып келеді («Егемен Қазақстан», 15 ақпан 2019)

СИПАТТАМА: 1, 15, 16

1. «Жас Отан» Жастар қанатының төрағасы Данияр Сүндетбаев әке ретінде жас ***отбасындағы құндылықтар*** мен жас ата-аналар арасындағы проблемаларға тоқталды («Егемен Қазақстан», 25 ақпан 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 8, 10

1. Бұл фестиваль – бабадан балаға мирас болып келе жатқан ұлттық қазыналарымызды қадірлеуге, жастарды ***отбасылық құндылықтарды*** құрметтеуге үндейді («Білімді ел», 28 наурыз 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 7

1. Мәдени байқаудың мақсаты – ұлттық мәдениетті нығайту, өскелең ұрпақты ***отбасы құндылығын*** бағалай отырып құрметтеуге, мейірбандық пен ұлттық кодты сақтауға тәрбиелеу және талантты жастарды анықтау («Білімді ел», 28 наурыз 2019)

СИПАТТАМА: 2, 5, 6

1. Дәріс барысында ***отбасы құндылығына*** байланысты көптеген тақырыпта бейнероликтер тамашаладық («Білімді ел», 02 сәуір 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Алматыда ***отбасылық құндылықтар*** мен халық дәстүрін дәріптеуге бағытталған «Беу, қыздар-ай» атты сайыс өтті («Егемен Қазақстан», 03 сәуір 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Дөңгелек үстелді өткізудің басты мақсаты отбасылық білім беруді насихаттау, ***отбасылық құндылықтарды*** жандандыру, психологиялық оңалту бағытындағы тәжірибелермен бөлісу, ата-аналардың жауапкершілігі мен балалар құқығына байланысты басым бағыттар бойынша пікір алмасу екендігін айрықша атап айтқан ҚР БҒМ кеңесшісі Майраш Тайкенова жүздесуді жүргізуші ретінде алғашқы сөз кезегін Қазақстандық ата-аналар қауымдастығының жетекшісі – Отбасылық тәрбие институтының бас директоры Софья Евдокимоваға ұсынды («Білімді ел», 08 сәуір 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. «Аналар үйі» қоғамдық қорының директоры Балия Әкімбекова ***отбасылық құндылықтарды*** жандандыру, психологиялық бейімделу бағытындағы тәжірибесімен бөлісті («Білімді ел», 08 сәуір 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. Осы жылы кездесу жастарға арналды деп айтуға болады. Елбасы жас ұрпақ үшін жасалып жатқан жұмыстар туралы айтты, – деп атап өтті. Абай ауданының математика пәнінің мұғалімі Лариса Кравцова ***отбасылық құндылықтар*** туралы әңгімеледі («Айқын», 05 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 2, 5, 10

1. Мәжіліс төрағасының орынбасары Партия Төрағасының бастамасымен қабылданған «Бақытты отбасы» ұлттық жобасының ***отбасылық*** *мәдениет пен* ***құндылықтарды*** сақтай отырып, табысы төмен көпбалалы отбасыларына нақты қолдау көрсететіне тоқталды («Айқын», 07 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 2, 10

1. «Шуақты шаңырақ» жас отбасылар байқауы сахналық сайыстар: таныстыру, өнер көрсету, ***отбасы құндылықтарына*** арналған сұрақ-жауап, нәзік жандылар кулинарлық сайысы бойынша өтті («Айқын», 14 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Бұдан бөлек, ***отбасылық құндылықтарды*** насихаттау және отбасы мен мектеп арасындағы өзара іс-әрекетті нығайту жайлы директордың тәрбие ісі жөніндегі орынбасары Лариса Абылқасымова жан-жақты мағлұмат берді («Білімді ел», 17 мамыр 2018)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. Біздің мақсатымыз – «Отбасы күні» мерекесінің идеологиялық маңызын насихаттау, жаңадан отау құрған жас отбасыларға ***отбасылық құндылықтарды*** дәріптеу, өскелең ұрпақты инабаттылыққа, татулыққа, сыйластыққа, адамгершілікке тәрбиелеу («Айқын», 17 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 2, 3, 6, 10

1. Кәмелетке толмағандардың істері жөніндегі қалалық комиссияның талдауы отбасылық ынтымақ, ***отбасылық құндылықтарды*** нығайту, ата-аналардың мәртебесін көтеру және балалардың тәрбиесі мен дамуындағы рөлін арттыру қажеттігін көрсетеді, деп хабарлайды қала әкімдігінің ресми сайты («Егемен Қазақстан», 22 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 2, 3, 20

1. Бүгінгі мерекенің мәні зор, мағынасы терең, мәртебесі аса жоғары! ***Отбасы*** – баға жетпес байлық, құнын жоғалтпас ***құндылық***. («Айқын», 28 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 5, 6, 10

1. Алматы облысында ***отбасы құндылықтарын*** дәріптеу мақсатында «Бақытың жаныңда» жобасы басталуда. Қоғамның басты құндылығын дәріптейтін бастаманы Мемлекеттік қызмет істері және сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл агенттігінің Алматы облысы бойынша департаменті қолға алып отыр («Егемен Қазақстан», 31 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Әр жылдың басында жарияланып, Отбасы күніне орай қорытындыланатын байқау отбасы институтын, адамгершілікті, руханилықты нығайту, ерлі-зайыптылықтың маңызын тану, ата-аналардың бала тәрбиелеудегі жауапкершілігін арттыру, ***отбасылық құндылықтарды***, кәмелетке толған балаларының еңбекке қабілетсіз және егде жастағы ата-аналарына қамқор болуын дәріптеу және кеңінен насихаттау, сондай-ақ қазақстандық отбасының жағымды имиджін насихаттау мақсатында ұйымдастырылады («Егемен Қазақстан», 03 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. Жиынға қатысушылар кандидаттың ***отбасы құндылықтарын*** сақтауға ерекше көңіл бөлгенін атап өтті. Жаһандану дәуірінде оның маңызы зор екенін атап өтті жиналғандар («Айқын», 04 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 10, 12

1. Медиация кабинетінде осындай орталықты құрудың басты мақсаты араздасқан отбасыларды татуластыру және ***отбасылық құндылықтарды*** сақтау, сондай-ақ отбасылық жанжалдарды реттеу бойынша қызмет кешенін көрсету орталығына айналандыру екен («Айқын», 04 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. Елбасы Нұрсұлтан Назарбаев бір сөзінде ***отбасылық құндылықтарды*** дәріптеу қажет екендігіне ерекше тоқтала келіп, «Адамның байлығы балаларының санымен өлшенген» – деді («Егемен Қазақстан», 06 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 1, 2

1. Ажырасуы көбейіп, бақытты жұбы кеміп бара жатқан бүгінгі қоғамда зәрулігі байқалып отырған бір қажеттілік – ***отбасылық құндылықтарды*** дәріптеу («Егемен Қазақстан», 06 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 8, 10

1. Биылғы байқауды ***отбасылық құндылықтар*** туралы тереңнен толғаған сөзімен ашқан облыс әкімі Ермек Маржықпаев әр отбасының бірлігі түптеп келгенде ел байлығы екеніне айрықша тоқталды («Егемен Қазақстан», 06 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Бабаларымыз ***отбасы құндылықтарына*** берік болған. Ажырасу некен-саяқ еді. Отағасы жазатайым өмірден өтсе балалары ауыл болып қамқорлыққа алынды, жесіріне жағдай жасалды, елден кетпеді («Егемен Қазақстан», 07 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 25

1. Біздің елімізде ***отбасы құндылығы***, ар-ождан деген қасиеттер басты орынға қойылады («Білімді ел», 03 шілде 2019)

СИПАТТАМА: 5

1. Бұл жастардың тек баспаналы болуы ғана емес, ***отбасы құндылығын*** сақтауға үлкен сеп, айрықша қамқорлық деуге болады («Егемен Қазақстан», 03 шілде 2019)

СИПАТТАМА: 2

1. Неке-отбасы қатынастары түсінігін жандандыру, ***отбасы құндылықтарын*** қоғамда кең ауқымда насихаттау ісін ілгерілету ауадай қажет («Білімді ел», 12 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 2, 10

1. Адамгершіліктің өлшемі саналатын рухани ***құндылықтарға отбасы***, махаббат, достық, өзін өзі тану, дін, дәстүр жатады («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 4, 5

1. Оның нәтижесінде қазақстандықтардың 92,4 %-ы басты ***құндылық*** ретінде ***отбасын*** алға қойған. Алдыңғы сауалнамамен салыстырғанда, ***отбасын*** басты ***құндылық*** ретінде бағалағандардың үлесі 93,5 %-ға артқан («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 5

1. Мәселен, ***отбасы***, ата-аналар мен балалар арасындағы байланыс, үлкенге құрмет, тағы басқа ***құндылықтар*** мен бәсекеге қабілеттілік, шет тілдерін меңгеру, инновациялық ойлау сияқты қасиеттерді қатар алып жүру керек («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 3, 7, 13, 14

1. Кез келген қоғам үшін адамгершілік ұстанымдарды қалыптастыратын ***отбасылық құндылықтар*** ешқашан ескірмейді, бірақ олар өзгеруі мүмкін («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 5

1. ***Отбасы*** – тұлғаның қалыптасуында ең маңызды ***құндылық***. Бұл құндылық дәстүр мен ұстанымдарын сақтай отырып, екінші жағынан жаңғырту үдерістеріне үйлесу керек-ақ («Егемен Қазақстан», 15 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 3, 13

1. Сонымен қатар, мектеп оқушыларына әдеп, қоғамдық орындарда өзін қалай ұстауды, табиғатты, қоршаған ортаны, адамды сүюді, еңбекке баулу және оны қастерлеуді, ***отбасылық құндылықты*** қадірлеуді үйретуге барынша көп уақыт бөлген дұрыс деп санаймын («Білімді Ел», 20 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 2, 3

1. Соңғы жылдарда некенің жиі бұзылуы, бала тағдырының тәлкекке айналуы қоғамдағы өзекті мәселенің біріне айналды. Шаңырағы шайқалған орталарда балалар құқығын таптау, ***отбасы құндылықтарын*** құрметтемеу сынды кереғар әдеттердің қоғам санасына дендеп бара жатқандығы алаңдатады («Егемен Қазақстан», 29 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 8

1. ***Отбасы құндылықтарын*** насихаттау, отбасы институтының жұмысын жетілдіру мақсатында Алматы қаласының Әділет басқармасында «Бақытты отбасы» байқауы өтті. Ал Алматы қаласы бойынша «Бақытты отбасы» отбасы соттары жанындағы ресурстық орталық психологы Гауһар Онжанова отбасы мүшелерін ымыраға шақырудағы қиындықтар мен оларға кәсіби деңгейде ***отбасылық құндылықтарды*** түсіндірудің аса маңызды екендігіне тоқталды («Егемен Қазақстан», 29 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Отбасы институтын нығайтуға, халқымыздың ***отбасылық,*** *рухани және адамгершілік* ***құндылықтарын*** насихаттауға бағытталған байқауға биыл 3204 отбасы қатысқан («Егемен Қазақстан», 06 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Баспасөз мәслихатында сөз алған Парламент Сенатының депутаты, Президент жанындағы Әйелдер істері және отбасылық-демографиялық саясат жөніндегі ұлттық комиссия төрайымының орынбасары Ләззат Сүлеймен ***отбасы құндылығын*** арттыруда Ұлттық комиссия тарапынан атқарылып жатқан жұмыстардың бір парасына тоқталды («Егемен Қазақстан», 06 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2

1. Елбасы Нұрсұлтан Назарбаев отбасы институтын нығайтып, халқымыздың ***отбасылық,*** рухани және адамгершілік ***құндылықтарын*** насихаттау мақсатында 2013 жылы «Мерейлі отбасы» ұлттық конкурсын өткізуді бекітіп, қыркүйек айының екінші жексенбісін Отбасы күні етіп белгілеген болатын («Егемен Қазақстан», 07 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Мақсаты – ***отбасы құндылықтарын*** насихаттау, ата-аналарды отбасылық ағартуды жандандыру, отбасы мен мектептің өзара іс-қимыл механизмдерін жасау («Білімді ел», 10 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2, 3, 10

1. Алматы қаласы Орталықтандырылған кітапханалар жүйесі И.А. Крылов атындағы кітапханада «Отбасы» күніне орай ***отбасы құндылықтарын*** дәріптеу мақсатында «Отбасым – бақыт мекенім» тақырыбында ақпараттық сағат өтті. Шараны өткізген қалалық балалар кітапханасының қызметкері Гүлмира Есниязованың айтуынша, аталған шараға кітапхананың тұрақты оқырманды, сондай-ақ қаладағы № 69, 81, 93 мектептердің оқушылары мен ата-аналары арнайы шақырылып, ***отбасы құндылықтарының*** маңызы туралы пікір алмасқан ерекше кездесу болды. ***Отбасы құндылықтарын*** дәріптеуге байланысты кітаптар туралы айтып өткен маман И.А. Крылов атындағы кітапхана қорында өткен ғасырдың 70-ші жылдарынан бергі аралықта орыс тілді кітаптардың 30 шақтысы сақталса, қазақ тіліндегі кітаптар кемшін дейді («Егемен Қазақстан», 16 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Кітапхана қызметкерлері осы бір жақсы дәстүрді жалғастыра отырып, Президент алдымызға мақсат етіп қойған ***отбасы құндылықтары*** мәселесін нығайтуда әрбір отбасы өз әліппесін қалыптастырып, рухани толысуы іргесі мықты елдің кепілі болмақ деген пікірде («Егемен Қазақстан», 16 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2, 10

1. Бұдан кейін еңбек ардагері, Жуалы ауданының Құрметті азаматы Ә. Ергебеков, облыстық мәслихаттың депутаты А. Майлыбаев, ардагер-ұстаз К. Ахметжанова, «Асыл арман» қоғамдық бірлестігінің төрағасы Р. Нұрақбаев, облыстық орталық «Һибатулла Тарази» мешітінің наиб-имамы Б. Әмреев және медицина ғылымдарының докторы, профессор С. Ордабеков бірлік пен ынтымақ, ұлт тәрбиесі мен ұрпақтар сабақтастығы, ***отбасы құндылығы*** мен салт-дәстүрлер тақырыбында баяндама жасады («Егемен Қазақстан», 25 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Олар бозбалалық шақтары, армандары, еңбек жолдары, өмір және ***отбасылық құндылықтары*** туралы айтып, жиналған оқушыларды әңгімеге ұйытты («Білімді ел», 30 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Әлемнің тұтастығын, адамның, қоғамның және табиғаттың бірлігі және өзара тәуелділігі; адамның, оның өмірінің және абыройы мен қадір-қасиетін, құқықтары мен бостандықтарының құндылықтарын, жалпы адамзаттық құндылықтарға жақындығын көрсетуді; қоғамдағы өзінің орны және неге арналғандығын, өзін-өзі мейлінше толық шығармашылық жүзеге асыру қажеттілігі; өмірдегі адами қарым-қатынастар ***құндылығын*** (***отбасы***, махаббат, достық) терең үйретіп, олардың танымдық белсенділігін, адамгершілік сапаларын дамытуға негіз болады («Білімді ел», 30 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 2

1. Аты айтып тұрғандай, Алатаудан ағылған жыр тасқыны бұл жолы ***отбасы құндылықтарын*** дәріптеп, ұлттық діңіміздің негізгі өзегіне айналған ата өсиетін, әже қасиетін жадымызда жаңғыртты («Егемен Қазақстан», 01 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 25

1. Бұл доданың тақырыбын «Отан отбасынан басталады» деп алуымыздың себебі ең басты ***құндылығымыз отбасы*** институтын одан әрі нығайтып, сол арқылы елдігімізді күшейту («Егемен Қазақстан», 01 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. Ақындар ***отбасылық құндылықтар*** тұтас еліміздің дамуына тікелей әсер ететін басты тетіктердің бірі екенін айтып, ертеңіміздің жарқын болуы үшін осы мәселеге ерекше көңіл бөлу керектігіне тоқталды («Егемен Қазақстан», 01 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. «Егер қоғам осындай қылмысқа қарсы бірікпесе, ол тоқтамайды. Бейбіт митингінің мақсаты ***отбасы құндылықтарын*** сақтауға, адамдардың бір-бірін құрметтеу дәстүрін дәріптеуге, әйелдер мен балалардың құқықтарын сақтауға қоғамның назарын аудару», – деп жазды Анара Facebook-тегі парақшасында («Айқын», 18 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 7, 8, 10

1. Жуырда суицид, шаңырақтың шайқалуы, отбасындағы зорлық-зомбылық сияқты өткір де өзекті әлеуметтік мәселелерді талқылау үшін Президент жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы мен «Даналық» ***отбасылық құндылықтарды*** дамыту институты бірлесіп коуч-сессия ұйымдастырып, шағын шаңырақтағы орын алатын келеңсіз жағдайларды кеңінен талқылаған болатын («Егемен Қазақстан», 22 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. Алайда арада отыз жылдан астам уақыт өткеннен кейін жаңарған білім беру бағдарламасына сәйкес тағылымды тәрбие дарытылуы қажеттілігіне орай ***отбасылық құндылықтарға*** айрықша көңіл бөліне бастады («Білімді ел», 30 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 2

1. Бұл шараның негізгі мақсаты – әке мен бала арасындағы қарым-қатынасты жақсартуға, бала тәрбиелеудегі орнын арттыруға, бала үшін қауіпсіз ортаны құру және қолдау, ***отбасылық құндылықтарды*** сақтау және нығайтуға бағытталған («Білімді ел», 30 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 3, 20

1. ***Отбасы құндылықтарын*** қалыптастырып, ата-ана мен баланың арасындағы қарым-қатынасты жақсартуға арналған курсты зияткерлік мектеп психологтары жүргізген («Білімді ел», 31 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 3, 20

1. ***Отбасы құндылықтары*** бүгінде әлеуметтік-тұрмыстық жайттардың тасасында қалып барады («Егемен Қазақстан», 15 қараша 2019)

СИПАТТАМА: 8, 22

1. Сонымен қатар, «Саналы ұрпақ» клубының мүшелері адалдық пен ***отбасылық құндылықтарды*** қалыптастыруға бағытталған «Парасаттылық балалардың көзімен» атты студенттік қуыршақ театрының қойылымын ұйымдастырды («Білімді ел», 25 қараша 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Мәселен, ***отбасы құндылығы*** сөз болған шарада ауыл тұрғындары командаларға бөлініп, отбасылық өмір, бала тәрбиесі мәселелері төңірегінде ой жарыстырды («Білімді ел», 19 желтоқсан 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Аталған шара еліміздің Тұңғыш Президенті, ұлт көшбасшысы Н. Назарбаевтың биылғы жылды «Жастар жылы» деп жариялауы аясында өткізілді. Негізгі мақсаты жастардың қоғамдағы әлеуметтік рөлін арттыру, ***отбасылық құндылықтарды*** қалыптастыру («Білімді ел», 20 желтоқсан 2019)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. **«Мерейлі отбасы – 2019» ұлттық байқауына қатысып, *отбасылық құндылықтарды*, ұлттық салт пен дәстүрді насихаттап, ерен еңбек пен шығармашылық әлеуетін көрсеткені үшін «Тәлімді отбасы» бағамы бойынша дипломға қоса бағалы сыйлыққа қол жеткізді** («Білімді ел», 07 қаңтар 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6

# Қазір Алматы қаласындағы девиантты мінез-құлықты балаларға арналған мекемеде 12 жасөспірім, Шығыс Қазақстан облысындағы ерекше режімдегі мекемеде облыстың 6 баласы тәрбиеленіп жатыр. Бұл – қоғамдағы *отбасы құндылығының* әлсіреуінің көрінісі екені даусыз («Егемен Қазақстан», 10 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 8

1. ***Отбасы құндылығының*** төмендеуі, жасөспірімдер тәрбиесіндегі олқылық,ажырасудың көбеюі**,** тастанды баланың тағдыры қоғамдық деңгейде көпшілік талқысына салынуы керек сияқты («Егемен Қазақстан», 10 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 8

# Әрбір жеке адам өмірінің маңызды бастауы, рухани өзегі – отбасы. Мұндағы негізгі мақсат – *отбасылық құндылықтарды* нығайту, отбасы ұғымының қоғамдық санамен сабақтасқан ішкі үйлесімін қалыптастыру, әлеуметтік мемлекеттің негізі болар бала мен оның құқығын қорғау («Егемен Қазақстан», 14 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 5

# **Қыдырбек Қорғанбекұлы, ұлт болашағы мен мемлекет тұғырында *отбасы* – ең басты *құндылық*. Баланың қалыптасуы да, ұрпақтың өсіп өркендеуі де отбасынан басталады. *Отбасы құндылықтарын* сақтап қалу жөнінде не айтар едіңіз?** («Егемен Қазақстан», 14 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 3, 5

# Бүгін жаһандық өзгерістер заманында *отбасы құндылықтарын* сақтап қалу, оның жастар санасындағы беделін арттыру, сол арқылы «жаңа әлеуметтік жаңғыру кезеңіне» бірлесе аяқ басу, бала тағдырына асқан жауапкершілікпен қарау – аса қажет қадамдардың бірі де бірегейі деп білемін («Егемен Қазақстан», 14 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 10, 12

# Бүгінгі әлеуметтік желілер, қоғамдық институттар мен орталықтар тарих тағылымын, халық дәстүрін жастар санасына қолжетімді ерекше мазмұнда трансляциялауға дайын болса ғана ұрпақтар арасында байланыс, яғни сабақтастық орнауы мүмкін. Бұл ретте *отбасылық құндылықтарды* әр елдің бірегей сипатымен тоғыстыратын тәрбие мектебінің ұстанымдарына жүгінген дұрыс («Егемен Қазақстан», 14 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 10

# **Өкінішке қарай, қазіргі қоғамда *отбасы құндылықтары* ескерусіз қалып, отбасындағы жылулық, ата-ана мен бала арасындағы түсіністік төмендеп бара жатқаны – ащы да болса ақиқат емес пе? Бұған не дейсіз?** («Егемен Қазақстан», 14 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 8, 10

# Статистика көрсеткендей, Қазақстанда көбінесе ажырасудың негізгі себептерін: өзара түсіністік, байланыс және терең қарым-қатынастың болмауы; зорлық-зомбылықтың орын алуы: өзімшілдік; өз қателіктерін мойындауға қабілетсіздігі: ерлі-зайыптылардың біреуінде *отбасылық құндылықтардың* болмауы; әлеуметтік-экономикалық проблемалардың орын алуы және діни көзқарастың қайшылығы сияқты мәселелер көрсетіп отыр («Егемен Қазақстан», 14 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 19

# Бала асырап алатын азаматтардың және басқа отбасына баратын балалардың құқықтарын күшейту мақсатында (биыл сәуір айында) «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне жетім балалар мен ата-ана қамқорлығынсыз қалған балалардың құқықтарын қорғау мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Заң қабылданды. Бұл бастаманың бала асырап алу ісіне оң өзгерістер әкелгені сөзсіз. Басты мақсат – өнегелі отбасы моделіне сүйене отырып, *отбасы құндылықтарын* сақтау («Егемен Қазақстан», 14 қаңтар 2020)

# СИПАТТАМА: 2

1. Қариялар оқушыларға мамандық таңдау, ***отбасы құндылықтары*** мен ұлттық салт-дәстүрлер жөнінде өсиет айтса, жастар үлкендерге электронды гаджеттерді пайдалануды үйретуде («Білімді ел», 22 қаңтар 2020)

СИПАТТАМА: 25

1. Шынымен де мұндағы оқушылардың білімге деген құштарлығы, адамгершілік қасиеттері, адамды сыйлап, құрметтеуі өте ұнады. Мен мұнда қазақ отбасында тұрақтағандықтан, осы елдің ***отбасылық құндылықтарға*** ерекше мән беретіндіктерін, отбасылық дәстүрлердің жақсы сақталғанын байқадым, **–** дейді Итон Лич («Білімді ел», 31 қаңтар 2020)

СИПАТТАМА: 5

# Мұны бұған дейін жұмыс істеп келген отбасын сақтау кабинетінің жаңа сапалық деңгейге көтерілуінің басты көрінісі деп бағалауға болады. Мақсат – *отбасы құндылығын* дәріптеуге кеңінен жол ашу, – дейді бұл жөнінде Nur Otan партиясының Ақтөбе облыстық филиалы төрағасының бірінші орынбасары Ербол Данағұлов («Егемен Қазақстан», 12 ақпан 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. Халық арасындағы «Отан отбасынан басталады» деген қағидаға айналған сөз қай кезде болсын өзгерген емес, өзгермек те емес. ***Отбасы құндылығын*** – қоғамымыздың басты құндылығының бірі екенін біліп өскен балалар, ертеңгі болашағымыздың мықты тірегі болатынына кәміл сенеміз («Білімді ел», 15 ақпан 2020 ж.)

СИПАТТАМА: 3, 5

1. Сондай-ақ, ауысым қатысушылары ***отбасы құндылықтары*** бойынша, «біздің бақытты жанұямыз», «отбасылық дәстүрлер», «бақытты өмір формуласы» тақырыбында бала тәрбиесіндегі ата мен әженің, әке мен ананың алатын рөлі, адами қадір-қасиеттердің құндылығы жөнінде сөз қозғады («Білімді ел», 15 ақпан 2020 ж.)

СИПАТТАМА: 3, 6, 20

1. Шынын айту керек. Біз қазақылыққа ескінің қалдығы деп қараймыз. ***Отбасы құндылығын*** сақтап отырған жоқпыз. Жылына үйленген жастардың 40 пайызға жуығы ажырасып кетеді екен. Статистикаға сүйенсек, соңғы 10 жылда 1 миллионнан астам адам ажырасқан. Мысалы, 2018 жылы 137 мың неке тіркелсе, соның 54 мыңы ажырасып кеткен («Айқын», 19 ақпан 2020 ж.)

СИПАТТАМА: 8

1. Әсіресе, ананың ***отбасы құндылығын*** сақтауда ер азаматты сыйлау мен қадір тұтудың бақытқа жеткізер басты баспалдақ екенін айтқан тұстары көзі қарақты жанды терең ойға жетелейді. Бабалар дәстүрі мен салтын, ұлылар айтқан асыл ойлар мен пікірлерін тарата талдап, оқырманына рухани нәр сыйлайды. Небір сындарлы сәттерден сүрінбей өтудің жолдарын Ділдә апаның аталған туындыларынан табамыз. Біз сөз еткен қазақтың аяулылары егемен еліміздегі ***отбасы құндылықтарын*** сақтауға үлкен үлес қосқан **–** абзал аналар («Білімді ел», 28 ақпан 2020)

СИПАТТАМА: 8

1. ***Отбасы құндылықтары*** 3 топқа бөлінеді. Мәселен, дәстүрлі ***отбасы құндылықтары*** – дәстүрлі ұлттық құндылықтарды қалыптастырудың қайнар көзі, тәрбиенің бастауы. Әр үйде балалар санасына ұлттық құндылықтарға деген көзқарастар жүйесін, салт-дәстүрлерді, әдет-ғұрыптарды, даналық сөздерді, тыйым сөздерді, тәрбиелік мәні жоғары үлгілерін сіңіретін де осындай отбасы. Ата-әжелерінің немересіне берген ақыл – кеңестері. Отбасы тіршілігінде осы құндылықтар, салт-дәстүрлер үнемі сақталып отырса, баланың ұлттық сана-сезімі ерте оянады. Екіншісі, қазіргі заманғы ***отбасылық құндылықтар***. Қазіргі таңда көп отбасылар заманауи салт-дәстүрді ұстануда. Бірақ, сол ұстанымның өзгеруіне байланысты олар әр отбасында әртүрлі. Мәселен, бұрын ерлер әйелдеріне орамалды сыйға тартса, қазіргі жас отбасылар бір-біріне гүл немесе көйлек сыйлайды. Үшіншісі, тәрбиелі ***отбасы құндылықтары***. Отбасын құрғандардың басты мақсаты – бақытты ғұмыр кешу. Адамдар некеге тұрғанда, көптеген қиындықты бастарынан өткереді. Келіспеушілік орын алған жағдайда, олар өз қателерін түсініп, кешірім танытып, қайта бірге болады. Оларды біріктіретін – тәрбиелі ***отбасы құндылықтары*** («Білімді ел», 04 наурыз 2020)

СИПАТТАМА: 3, 5, 24, 25

1. Тәуелсіздік жылдарында ***отбасы құндылықтарын*** нығайту бағытында қыруар шаруа атқарылды. Бәсекеге қабілетті ұлт, бақытты отбасы, саналы да білімді ұрпақ қалыптастыруға бағытталған сындарлы саясаттың нәтижесінде ана мен баланы қолдау бойынша бағдарламалық құжаттар, гендерлік теңдікті сақтау стратегиясы қабылданып, мемлекеттік деңгейде отбасылық саясатта тұтастай жүйе қалыптасты («Білімді ел», 04 наурыз 2020)

СИПАТТАМА: 2, 7,10

1. **Жүздесуді Педагогика және психология факультетінің деканы Сайра Жиенбаева ашып, жүргізіп отырды. Кездесуге қатысқан дизайнердің анасы Күлшар Айдәулетқызы қызының сән саласына қалай келгендігі туралы, қыз тәрбиесі жайлы және *отбасылық құндылықтар* төңірегінде кеңінен сөз қозғады** («Білімді ел», 11 наурыз 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. «Отан **–** отбасынан басталады» дегендей, біз үшін ***отбасы құндылықтарын*** ұстану айрықша маңызды. Абайдың «Атаның баласы болма, Адамның баласы бол» деген сөзіне үңіліп көрдік пе? Адами құндылықтарды алдыңғы орынға шығарып отыр ғой («Білімді ел», 15 наурыз 2020 ж.)

СИПАТТАМА: 5

1. Сонымен қатар, мектеп оқушыларына әдеп, қоғамдық орындарда өзін қалай ұстауды, табиғатты, қоршаған ортаны, адамды сүюді, еңбекке баулу және оны қастерлеуді, ***отбасылық құндылықты*** қадірлеуді үйретуге барынша көп уақыт бөлген дұрыс деп санаймын («Білімді ел», 28 наурыз 2020)

СИПАТТАМА: 2, 13

1. Алдағы уақытта аймақта әлеуметтік жобалар мен әлеуметтік идеялар туралы жәрмеңке ұйымдастырылмақ. Соған қатысу ниетімен ***отбасы және отбасы құндылықтары*** туралы «Келінім саған айтам, қызым сен тыңда» деген жаңа жобамды қолға алдым. Мұнда қыздың тәрбиесі, келіннің әдебі, ене мен келін арасындағы қарым-қатынас, отбасы – ошақ басындағы ынтымақ пен бірлік мәселелері қарастырылады («Егемен Қазақстан», 03 сәуір 2020 ж.)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. **«Бақытты отбасы» жобасының жалғасы ретінде Қызылорда қаласындағы Назарбаев Зияткерлік мектебінің психолог мамандары *отбасылық құндылықтарды* дәріптеуге бағытталған «Ата-баба ізімен» тақырыбындағы бата беру эстафетасын ұйымдастырды, – деп хабарлайды осы білім ордасының баспасөз қызметі** («Білімді ел», 09 сәуір 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. **«Отбасы – бұл жайлылықты сезінетін, бақытқа толы мекен. Әр үйде махаббат пен ауызбіршілк орнығуы үшін жанұя мүшелері *отбасылық* дәстүрлері мен *құндылықтарын* ерекше қадірлей білу қажет», – дейді Аянат** («Білімді ел», 09 сәуір 2020)

СИПАТТАМА: 9, 13

1. «Отбасы Банк» үшін ***отбасы құндылықтары*** өте үлкен маңызға ие, оның ішінде әйелдердің экономикалық белсенділігінің артып, баспаналы әйелдер қатарының көбеюі («Егемен Қазақстан», 09 сәуір 2021 ж.)

# СИПАТТАМА: 2

# *Отбасы құндылықтарын* насихаттауға арналған ерекше байқаудың бас жүлдесі – отбасылық кәсіби фотосессия. Бұл туралы Елорда әкімдігінің ресми сайты хабарлады («Егемен Қазақстан», 23 сәуір 2020 ж.)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# «Қазір көп елде карантин салдарынан отбасылық жанжалдар мен тұрмыстық зорлық-зомбылықтар жиілеп кетті. Біз *отбасы құндылықтарының* қаншалықты маңызды екенін көрсеткіміз келеді. Бұл критерийлер жеңімпазды анықтау кезінде маңызды болады», – дейді челлендж ұйымдастырушысы Данияр Есен («Егемен Қазақстан», 23 сәуір 2020)

# СИПАТТАМА: 8

1. Сондықтан болашақ ата-аналар ретінде студент жастарға ***отбасы құндылығын*** бағалай білуге, кезіккен қиындықтарға мойымауға кеңес берді («Білімді ел», 24 сәуір 2020)

СИПАТТАМА: 5, 10

1. Оған қоса, «Алтын босаға» ***отбасылық құндылықтар*** клубы – негізгі бағыттары отбасылық тәрбиенің шынайы құндылықтарын белгілеу, ұлттық сана-сезімді қалыптастырса, «Студенттер үйінің кеңес клубы» – студенттердің бос уақытын ұйымдастыру, әлеуметтік-тұрмыстық мәселелерді шешу үшін құрылған десек, «Мәңгілік ел» клубы – университет студенттерінің азаматтық және әлеуметтік бастамаларын жүзеге асыруға бағытталған клубтарының бірі болып саналады («Білімді ел», 12 мамыр 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6

# Ашаршылықта да, саяси қуғын-сүргінде де, сұрапыл соғыстарда да қазақ халқын құрдымға құлдыратпай алып қалған осы құндылық. *Отбасы құндылығы* («Егемен Қазақстан», 13 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 5

# Қай қоғам үшін де *отбасы* қашанда ең маңызды *құндылық* ретінде қарастырылады. Кез келген мемлекет тұрақтылықтың тірегі саналатын отбасы институтының қалпы бұзылмай, қадір-қасиеті кемімей, одан сайын беки түсуіне мүдделі. Кейінгі кездері заман ағымына қарай кейбір көзқарастар, өлшемдер өзгеріп, қоғамның негізгі әлеуметтік институтының әлсіреуіне әсер етіп жатқаны жасырын емес. БҰҰ белгілеген бұл халықаралық атаулы күннің мақсаты *отбасы құндылығын* арттыруға көпшілік назарын аудару екені түсінікті («Егемен Қазақстан», 14 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 5, 10

# Семинарды педагог, психолингвист, мәдениеттану кафедрасының докторанты Мира Қойшыбаева жүргізді. Мира Қойшыбаева *отбасы құндылығы* мен оның маңызы, негізгі функциясы туралы және отбасын сақтау мен дамыту тақырыптарында ой қозғады («Егемен Қазақстан», 15 мамыр 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. Рухани жаңғырудың түбірі ***отбасының құндылығында***. Осы ***отбасылық құндылықты*** балабақшадан бастап, мектеп, колледж және қоғам болып тұтастай құраған жөн. Ол – тәрбие. Ертеде ұлға – азамат, ал қызға – болашақ ана деп қараған. Қазіргі заман – қыз бала тәрбиесіне ерекше мән беруді қажет етеді. Себебі жоғарыда айтылғандай, қыз баланы тәрбиелеу деген сөз – ұлтты тәрбиелеу деген сөз. Отбасы – қоғамның бір бөлшегі. Халқымыз осындай тамыры терең кеткен, тарихымен жалғасып келе жатқан рухани байлықтарының бірі ***отбасы құндылықтары*** («Білімді ел», 27 мамыр 2020)

СИПАТТАМА: 3, 21

1. Бүгінгі білім саласы осы ***отбасылық құндылыққа*** зәру. Қоғамдағы барлық қарама-қайшылық осыдан туындап отыр. Отбасы бір бөлек, білім саласы бір бөлек («Білімді ел», 27 мамыр 2020)

СИПАТТАМА: 8

1. **Жастарымыз *отбасылық құндылықты* бойларына сіңіріп, елін, жерін және өз елінің нағыз патриоты болып, өзінің бойындағы қасиетіне сәйкес өз ісінің маманы болса, қазақ елінің рухы биік болары хақ. Отбасының бірлігі, елдің бірлігі. Елдің бірлігі – үлкен қуат көзі. Қазақ елі, қазақ ұлты рухы биік ел мен ұлт** («Білімді ел», 27 мамыр 2020)

СИПАТТАМА: 5, 10

# «**Өткенін мақтан тұтып, бүгінін нақты бағалай білу және болашаққа оң көзқарас таныту – еліміздің табысты болуының кепілі» деп айтқандай, Ұлы даланың *отбасылық құндылықтарын* жас ұрпақтың бойына сіңіру – әрбір ата-атаның басты борышы** («Білімді ел», 01 маусым 2020)

# СИПАТТАМА: 3, 25

# Кезінде Қазыбек би бабамыз: «Құт берекең – атаң қымбат, Аймалайтын анаң қымбат. Мейірімді апаң қымбат. Асқар тауың – әкең қымбат» – дегендей, вебинардың «Менің сүйікті отбасым» айдарында *отбасы құндылықтарын* дәріптеп жүрген отбасылар қатысты («Білімді ел», 01 маусым 2020)

# СИПАТТАМА: 11, 25

1. **Сегізінші сынып оқушылары онлайн режимінде *отбасылық құндылықтарды* және бақытты балалық шақты насихаттайтын бейнероликтер ұйымдастырды. Осы сайыстарға қатысқан әрбір оқушы өзінің бойындағы талантын көрсете алды және әр іске белсене араласқаны қуантады** («Білімді ел», 09 маусым 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. **Басты мақсат бала еңбегін заңсыз пайдалануды болдырмау, балалардың тұрмыстық зорлық пен зомбылықтың құрбаны болудан, *отбасы құндылықтары* мен бала құқығы туралы, балаларды еңбек қанауына тартудың алдын-алу бойынша оқушылар мен ата-аналар, жұмыс берушілер арасында түсіндірме және ақпарат-насихат жұмыстарын жүргізу** («Білімді ел», 09 маусым 2020)

СИПАТТАМА: **20**

1. **– Білім саласында тәрбие мәселелеріне үлкен мән беріп отырмыз. Бұл жұмыс кешенді түрде басталып кетті. Ол елін сүйер қазақстандықтарды тәрбиелеп, ел экономикасына қызмет ететін *отбасылық құндылықтарды* бойына сіңірген азаматтар қалыптастыруға бағытталған, – деді Асхат Аймағамбетов тікелей эфир барысында** («Білімді ел», 09 маусым 2020)

СИПАТТАМА: 2

1. **Мәселен, денеге ауыр жарақат салу, қарақшылық, тонау, ұрлық, бұзақылық сияқты түрлері төмендеді. Кәмелеттік жасқа толмағандар, бұрын сотталғандар жасайтын қылмыс та біршама азайған көрінеді. Қылмыстың көп түрінің ашылу көрсеткіші де жақсара түскен. Әрине, қылмыс санының азайғаны жақсы, алайда басты *құндылық* саналатын *отбасындағы* құқықбұзушылықтардың артып кетуі – алаңдатарлық жағдай** («Айқын», 12 маусым 2020)

СИПАТТАМА: 5

1. Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрлігі биылғы жылға арналған жоспар кестесіне сәйкес Түркістан облысында орналасқан «Балдәурен» республикалық оқу-сауықтыру орталығы филиалындағы жетінші ауысым «Жылы жүректен» ***отбасы құндылықтарының*** акциясы шеңберінде жүргізілуде. Ауысым балалардың ой-өрісін кеңейту, ***отбасы құндылықтарын*** кеңінен ашып көрсету, қоршаған ортаға деген сүйіспеншелігін, ұлтаралық қатынас мәдениетін, өнерге деген қызығушылығын арттыру мақсатында ұйымдастырылды («Білімді ел», 16 маусым 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6

# Көрермендерге *отбасы құндылықтары*, волонтерлердің қызметі туралы қызықты жобалар, педагогтар, дәрігерлер, полицейлердің имиджін көтеруге, салауатты өмір салтын насихаттауға бағытталған сериалдар түсіріледі («Егемен Қазақстан», 30 маусым 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Қрымбек Көшербаев, ҚР Мемлекеттік хатшысы: Орта мектептерге *отбасы құндылықтары* мен ұлттық тәрбиеге бағытталған арнайы пән енгізетін кез келді («Білімді ел», 22 тамыз 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. **Қазір біз заманды, адамды кінәлаумен ғана шектелеміз. Ал, негізгі кемшіліктің барлығы *отбасындағы* тәрбиеде жатқандығы туралы ойлағымыз да келмейді. Ұлттық *құндылықтан* алыстап кеттік** («Білімді ел», 27 тамыз 2020)

СИПАТТАМА: 8

1. Алтын алқа иегері, көпбалалы ана ***отбасы құндылықтарын*** арттыруды көздейді. **Ақтөбе облысынан «Nur Otan» праймеризіне 7 көпбалалы ана қатысып жатыр. Солардың бірі – алтын алқа иегері Бибігүл Абильдаева. Ол *отбасы құндылықтарына* қоғамның көңілін аударып, әйелдердің рөлін арттыруды мақсат тұтып отыр** («Айқын», 28 тамыз 2020 ж.)

СИПАТТАМА: 1, 2, 6

1. ***Отбасы құндылықтарына*** қоғамның көңілін аударғым келеді. Өйткені қазір ажырасушылар көбейіп кетті. Соның салдарынан әке немесе ана жылуын көрмеген ұрпақ өсіп келеді («Айқын», 28 тамыз 2020)
2. Орта мектептерде ***отбасылық құндылықтарға*** бағдарланған арнайы пәндерді енгізуді қарастырудың, жастарды отбасылық тәрбиелеудің жалпыұлттық әдістемесін әзірлеудің уақыты келді («Білімді ел», 05 қыркүйек 2020)

СИПАТТАМА: 2, 10

# Жалпы қатысушылар ұлттық тәрбие, *отбасылық құндылықтар* бағытын ескеріп, телеарналардағы бағдарламалар контентін қайта қарауды, орта және жоғары оқу орындарында отбасылық өмірге дайындайтын қосымша курстар өткізу қажеттілігін айтты («Егемен Қазақстан», 11 қыркүйек 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Қазақстан педагогикалық ғылымдар академиясының академигі, белгілі ұстаз, Қазақстанның Еңбек Ері Аягүл Төреқызы өз баяндамасында *отбасылық құндылықтармен* үйлестірілген ұлттық тәрбие немесе ұлттық құндылықтармен үйлестірілген отбасылық тәрбие платформасы дәстүрлі жұмысымыз үшін де, онлайн түріндегі жұмысымыз үшін де аса қажет екендігін атап өтті («Егемен Қазақстан», 11 қыркүйек 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Брифингте «Бақытты отбасы» қалалық орталығының басшысы Зульфия Байсакова алда атап өтілетін Отбасы күнімен құттықтап, бұл күннің ерекшелігі *отбасы құндылықтарын* дәріптеу, мәдениетті, дәстүрлер мен руханилықты сақтау, жас ұрпақты тәрбиелеу, сондай-ақ әлеуметтік мәселелерді шешуде («Егемен Қазақстан», 11 қыркүйек 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Елорданың Достық үйінде «Мама» фотокөрмесі ашылды. Экспозицияда көпбалалы аналардың фотосуреттері, сонымен қатар *отбасы құндылықтарын* бейнелейтін суреттер қойылған. Көрменің ашылуына отбасына қамқорлық пен белсенді қоғамдық жұмысты қатар алып жүрген аналар қатысты («Егемен Қазақстан», 11 қыркүйек 2020)

# СИПАТТАМА: 1, 2, 6

# Президент Қ. Тоқаев Қазақстан халқына Жолдауында «Жауапты мемлекет, жауапты қоғам, жауапты адам» жүйесін орнату туралы айтты. Бұл міндеттің түбінде қоғамдық тәрбие ұғымы жатыр. Ал тәрбиенің бастау бұлағы, қайнар көзі – отбасында. Сондықтан *отбасылық құндылықтың* жаңа заманға сай үлгісін жасау – біздің бүгінгі басты мақсатымыз. Бұл орайда қоғамдық талқылаудың, халық пікірінің маңызы қашан да зор», – деді Ақпарат және қоғамдық даму министрі («Егемен Қазақстан», 14 қыркүйек 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 10

# Ақпарат және қоғамдық даму министрі Аида Балаеваның қатысуымен Отбасы күні аясында ұлттық тәрбие беру мен *отбасы құндылықтарын* нығайту мәселелері бойынша онлайн режімде дөңгелек үстел өтті. Солардың ішінде бала және денсаулық, жастар арасында *отбасылық құндылықтар*, отбасылық қарым-қатынастарды нығайту жобаларын ерекше атап өтуге болады («Егемен Қазақстан», 14 қыркүйек 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# «Рухани қоғам әлемі» ҚҚ *отбасы құндылықтарын* нығайту және гендрлік мәдениетті қалыптастыру» жобасы аясында жыл басынан бастап психологиялық көмек көрсетіп келеді. Ұйым карантин кезеңінде онлайн-форматта өтетін тренингтер мен семинарлар өткізген («Егемен Қазақстан», 17 қыркүйек 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. **Демек, әрбір ұстаз осы «алты қадам» талаптарына сай болса, педагогикалық ортаға да тез бейімделеді. Сонымен қатар, өзінің қазақ екенін мақтан тұту; Абай өсиет еткен ана тіліміз бен халқымыздың салт-дәстүрін құрметтеу; *отбасы құндылықтарын* үнемі жоғары ұстау сияқты патриоттық негізгі «тіреуіштер» бойында дұрыс қаланса, педагог әрқашанда еңбегіне адал, мәдениеті жоғары, ұлтжанды азамат атанып, барлық жұмысқа бейім болады** («Білімді ел», 22 қыркүйек 2020)

СИПАТТАМА: **5, 25**

# Анкарадағы Гази университетінде, Ресей Ғылым академиясының Шығыстану институтында біліктілігін арттырған Алтынай Қайыпқызымен әңгімелесудің өзі ерекше бір әсерге бөлейді. Ел-жер тарихы, бүгінгі заман баласының психологиясы, салт-дәстүр, *отбасы құндылығы* – аз ғана уақыт әңгіме барысында мұғалімнің көзқарасын, пікірін біліп үлгерген тақырыптар («Егемен Қазақстан», 02 қазан 2020)

# СИПАТТАМА: 7

# Елорданың көшелері мен демалыс орындары көше композицияларымен, инсталляциялармен безендірілген. Олардың тақырыбы *отбасы құндылығын* арттыруды, ұлттық мәдениетті дамытуды насихаттайды («Егемен Қазақстан», 16 қазан 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. **Осы жылдар ішінде өзімізге тән тамаша дәстүрлер қалыптасты. Рухани келісім – біздің ұлтымызға тән үлкенді сыйлау, *отбасына*, балаларға құрмет, татулық, достық, ауызбіршілік тәрізді ізгі ортақ *қүндылықтар* берік орнықты** («Айқын», 18 қазан 2020)

СИПАТТАМА: 4

# Салтанат Бақаева, Нұргүл Мыңғатова секілді актрисалар қазіргі қазақ әйелінің арманы, *отбасы құндылығы*, сыйластық, достық, туыстық қарым-қатынастың қасиет-қалыбын дәріптеген жобаның шырайын аша түскен («Егемен Қазақстан», 29 қазан 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# Адамзат тарихында алғашқылардың бірі болып адамның кісілік тұлғасы туралы ой қозғаған қытайдың ұлы ойшылы Конфуций негізінен *отбасылық құндылықтарды* алға шығарған болатын. Себебі біз білмейтін бағзы замандардан бері қоғамның ең берік негізі отбасы болып келеді. Әлемде отбасы мүшелерінің бір-біріне деген жақсы көру сезімінен артық махаббат жоқ («Егемен Қазақстан», 04 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 5, 9

# Әлемге әйгілі экономист Кьелл Нордстрем осыдан екі-үш жыл бұрын елордада жұртшылықпен кездесіп, «Facebook, Apple, Amazon, Netflix, Google компаниялары – бұлар жаңа шындықтың негіздері. Олар әлемде өз тәртібін орнататын болады». «Жоғары білім құндылығы жойылады. Университеттік жаңа әлемде сізге Гарвардта оқудың қажеті де болмай қалады. Өйткені білім жаңа технологиялар арқылы бәрімізге қолжетімді болады. Енді білім емес, адам қасиеті алға шығады» деген болжамдарын ортаға салған еді. Міне, осылардың барлығы алдағы болашақ *отбасы құндылықтарының* негізінде дамып келе жатқан корпорацияларда екенін дәлелдейді («Егемен Қазақстан», 04 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 5

# **Екінші жыл қатарынан *отбасы құндылықтарын* насихаттауға арналған байқау жеңімпаздарын марапаттау салтанаты Тараз қаласындағы Ықылас Дүкенұлы атындағы мәдениет үйінде өтті.** Бұл отбасылар өздері ұсынған жұмыстарында байқау шартына сай қоғамның негізін қалайтын *отбасы құндылықтарын* насихаттау, отбасы мүшелері арасында бауырмалдық, қайырымдылық, достық қарым-қатынасты қалыптастыру, парасатты тұлғаны дамыту құндылықтарын әспеттеп, көрсете білген («Білімді ел», 06 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Бұл «Имамдар үйі» негізінен еліміздегі татулық пен бірлікті нығайту, *отбасы құндылықтарын* насихаттау, асыл дініміздің шарттарын толық білу мақсатында салынған («Егемен Қазақстан», 06 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# Оның айтуынша, бүгін де әйелдер өз кәсіпорнын ашып, шаруа қожалықтарын басқарып, бірегей өндірісті іске қосып, мыңдаған адамды жұмыспен қамтамасыз етіп отыр. Оған қоса өскелең ұрпақты тәрбиелеп, *отбасы құндылықтарын* сақтауда алатын орындары да ерекше маңызды («Егемен Қазақстан», 13 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 21

# Сондықтан үрей туғызудың қажеті жоқ. Біздің мақсатымыз – *отбасылық құндылықтарды* бұзу емес, орын алған проблемаларды шешуде кешенді тәсілді енгізуге бағытталған тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасының қолданыстағы тетіктерін жетілдіру арқылы көмекке мұқтаж адамдарды қорғау. Өкініштісі, кейбіреулер заң жобаларында жоқ мәселелерді айтып, халықты шатастырып жүр («Егемен Қазақстан», 16 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 10

# Төртіншіден, салауатты өмір салтын насихаттау тәсілдерін қайта қарау бойынша кешенді шаралар қабылдаған жөн. Халықтың барлық санаты үшін қолжетімді отбасы мүшелері мен балалардың бос уақытын өткізу орындарын ұйымдастыру қажет. Шипажайда емделуді қамтамасыз ету, *отбасылық құндылықтарды* нығайту бойынша жұмысты жалғастыру қажет («Егемен Қазақстан», 16 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 10

# Мақсатымыз – «Қазақстан Республикасының 2015-2025 жылдарға арналған сыбайлас жемқорлыққа қарсы» стратегиясына сәйкес *отбасы құндылықтарын* насихаттау», дейді өңірлік департамент басшысының бірінші орынбасары Айдос Мамыт («Егемен Қазақстан», 19 қараша 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

1. ***Отбасылық құндылықтардың*** маңыздылығы туралы онлайн-тренинг өтті. «Менің болашақ отбасым», «репродуктивті денсаулық», «экономика және отбасылық бюджет» тақырыптарында дәрістер мен семинарларды Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ ***отбасылық құндылықтарды*** зерттеу орталығының директоры, психология ғылымдарының кандидаты, доцент Кабакова Майра өткізді («Айқын», 26 қараша 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# Осылайша Орал өңірінде соңғы жылдар бедерінде азаматтық қоғамға жүктелген сан алуан мәселелерді жедел әрі кәсіби тұрғыда шеше білуге қабілетті ҮЕҰ қалыптасты десек шындықтан ауытқи қоймаспыз. Оның қатарында *отбасы құндылықтарын* сақтау мен дәріптеу, аймақтағы урбанизация үрдісін реттеу, өңірдегі экологиялық проблемалардың шешімін іздестіру және мүмкіндігі шектеулі жандарға әлеуметтік тұрғыдан қолдау көрсету секілді сан алуан жобалар бар («Егемен Қазақстан», 03 желтоқсан 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# Заман басқа, ұрпақ басқа, құндылық басқа деп қаталдықты қорғап алудың қажеті жоқ, барлық құндылықтың ішінде әке мен бала мұратына айрықша мән берген қазақ үшін *отбасы құндылығының* орны бәрібір бөлек («Егемен Қазақстан», 04 желтоқсан 2020)

# СИПАТТАМА: 3

# Шараға қатысушылар әйелдердің қоғамдық-саяси өмірдегі ролі, *отбасы құндылығын* насихаттау және жас отбасылардың арасындағы ажырасулардың алдын-алу бағытындағы жұмыстар, көпбалалы аналарға беріліп жатқан қолдаулар, қарапайым заттар экономикасы, аграрлық сектордағы әйелдер бірлестігі және басқа да маңызды мәселелер туралы айтып, пікірлерін білдірді («Егемен Қазақстан», 09 желтоқсан 2020) СИПАТТАМА: 8, 10, 22

# Жиынға облыс әкімінің орынбасары Наурызбай Байқадамов, ҚР Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл агенттігінің Қызылорда облысы бойынша департаменті басшысы Ардақ Ерсейітов, білім басқармасының басшысы Ақзира Қасымова қатысып, *отбасы құндылығының* маңыздылығы туралы ой бөлісті («Егемен Қазақстан», 09 желтоқсан 2020)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Әскери борышын ерлермен қатар орындап, ел іргесіне берік қорған бола алатын, *отбасы құндылықтарын* ту ететін білікті әскери қызметкерлер санатында жүрген кіші сержант Әйгерім Қалиева Шымкент гарнизонындағы әскери бөлімде келісімшарт бойынша қызмет етеді («Егемен Қазақстан», 11 желтоқсан 2020)

# СИПАТТАМА: 21

1. **Елбасының «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» бағдарламасы аясында өскелең ұрпаққа атадан балаға мирас болып келе жатқан *отбасы құндылықтарын* дәріптеу, насихаттау мақсатында өзімнің авторлық «Сыр қойнауы» бағдарламасы» аясында «Біздің отбасының құнды жәдігерлері» тақырыбында жас зерттеушілердің облыстық online жоба жазу сайысы ұйымдастырылды** («Білімді ел», 17 желтоқсан 2020)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. **Сарапшылар зерттеу жұмысы *отбасы құндылықтарын* насихаттау болғандықтан да, жәдігердің тарихын және оның бүгінгі қолданыстағы маңызына тоқталуына; отбасы мүшелерінің ықпалын және қорғаушының өзіндік көзқарасын бағалады** («Білімді ел», 17 желтоқсан 2020)

СИПАТТАМА: **2, 6**

# Автор шығармашылығындағы сәтті шыққан алғашқы пьеса «Тәуелсіздік толғауы» байқауында *отбасы құндылықтарын* насихаттайтын үздік үш пьесаның бірі атанған («Егемен Қазақстан», 26 қаңтар 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. **Бала тәрбиесіндегі ата-аналар қауымдастығының, әкелер жауапкершілігін арттыру барысында «Әкелер кеңес» құрылды.** Мақсаты: ***отбасылық құндылықтарды* сақтау, әкелердің бала тәрбиелеудегі жауапкершілігін арттыру** («Білімді ел», 27 қаңтар 2021)

СИПАТТАМА: 2, 6, 20

1. Мектептегі ата-аналар жиналысына әкелердің аз келуінің себебі – ***отбасы*** ең басты ***құндылық*** ретінде қарастырылмайды. Өйткені кей әкелер ақша табу, отбасы мүшелерін тәрбиелеп, тәртіпке салу, үйде басшы болу басты міндетім деп ойлайды. («Білімді ел», 30 қаңтар 2021)

СИПАТТАМА: 8, 20

1. Эвриканың түрлі секциялары оқушыларға өздерінің қызығушылықтарына сәйкес жұмыс істеуге мүмкіндік берді: киберқауіпсіздік, қаржылық сауаттылық, ***отбасылық құндылық***, цифрландыру, буллингтің алдын алу, қалдықтарды өңдеу, жаһандық жылынудың салдары, елдегі су тапшылығы, ағылшын тілін үйренудің үздік әдістері – жетінші сынып оқушылары мен олардың отбасылары зерттеген тақырыптар тізімінің бір бөлігі («Білімді ел», 01 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. **Байқау ғылыми құндылықтан басқа *отбасылық құндылықтардың* дамуына үлес қосты. Бірлескен ғылыми-зерттеу жұмыстарына оқушылардың ата-аналары ғана емес, сонымен қатар басқа туыстары, соның ішінде аға буын өкілдері қатысты** («Білімді ел», 01 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 2, 6

# Сондықтан ол жүрген-тұрған жерінде түркі халықтарының жастарынан өздерінің тілдері мен әдет-ғұрыптарын дәріптеуді, дамытуды талап етті, карекетке шақырды. Бұл пайымы өз тілінен және *отбасы құндылықтарынан* айырылған қалалық жастарға оғаш көрінетіндей еді («Егемен Қазақстан», 10 ақпан 2021)

# СИПАТТАМА: 5

# Орталықтың мақсаты – әңгімесі таусылған ерлі-зайыптыларды татуластыру, жас отбасыларға психологиялық көмек көрсету және *отбасы құндылықтарын* жандандыру болып табылады («Егемен Қазақстан», 11 ақпан 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 8, 10

1. Біз түркі жұртына ортақ тұлға Қорқыт атадан бастап, Сырда өмір сүрген тарихи тұлғалар туралы телехабарлар дайындап, ғылыми ізденіс жұмыстарын жүргізіп, тарихи орындарға экскурсиялар ұйымдастырмақпыз. Салт-дәстүрлер мен әдеп-ғұрыптарды, тәрбие дағдыларын, дәстүрлі ***отбасы құндылықтарын***, салауатты өмір салтын насихаттаймыз («Егемен Қазақстан», 13 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. **Рухани жаңғыру бағдарламасы аясында «Қыз Жібек» республикалық клубы қайта жанданса, жаңадан «Ұмай Ана» клубы құрылды. Олар университет қыздарының *отбасы құндылықтары* мәдениетін қалыптастыруға және ұлт анасы ретінде қыздарды болашақ өмірге даярлау, үй шаруашылығына қатысты тұрмыстық қажеттілік дағдысын қалыптастыру мақсатында жұмыстар атқарады** («Білімді ел», 24 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: **2, 6**

1. **Жас ұрпақтың қоғамдық белсенділігін арттыруда, ата-аналар рөлін көтеруде, *отбасы құндылықтарын* сақтай отырып, ұлттық негізде тәрбие беруде мол жетістікке қол жеткізді, сөйтіп ауданның абыройын облыста, республикалық түрлі сайыстарда паш етті** («Білімді ел», 26 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: **2, 6**

1. **Сонымен қатар еліміздің 2015-2025 жылдарға арналған сыбайлас жемқорлыққа қарсы стратегиясын басшылыққа ала отырып, парасатты *отбасы құндылықтарын* насихаттау, отбасы мүшелерінің арасындағы бауырмалдық, қайырымдылық, достық қарым-қатынасты қалыптастыру, заманауи жетістіктерге лайықты парасатты тұлғаны анықтау мақсатында ұйымдастырылған «Парасатты отбасы» облыстық байқауының қалалық кезеңінде «Ең белсенді отбасы» номинациясын Амантай Аяла иеленді** («Білімді ел», 06 наурыз 2021)

СИПАТТАМА: **2, 6**

1. Әрине, қай кезеңде де ***отбасы құндылығы*** басты орында. ***Отбасы құндылығы*** – қоғамның қалыптасуының, іргетасының мығым болуының басты шарты («Егемен Қазақстан», 09 наурыз 2021)

СИПАТТАМА: 3, 5

1. Тренингтің жеті бөлімі адам өміріндегі ең маңызды құндылықтарға – қалайша ***отбасы құндылығын*** сақтауға, арманға жетуге, күйзелісті жеңуге, қысымға қарсы тұруға, жақсы жетістік үшін көтермелеуге, «махаббат пен шектеуді» қолдануға, есірткі мен басқа да зиянды нәрселерден сақтандыруға болатынына арналған («Білімді ел», 13 наурыз 2021)

СИПАТТАМА: 5, 6, 10

# **Ата-ана мен баланың арасындағы дұрыс, сауатты құрылған қарым-қатынасындағы ауа-райына ерекше әсер етеді. Ата-анаға бала тәрбиелеу ісінде қандай тиімді қадамдар жасауы керек, *отбасы* ережелері мен *құндылықтары* сияқты тақырыптар біз үшін құнды болды, – дейді 7-сынып оқушысы Нұрдана Махамбеттің анасы Асылзада Машжанова** («Білімді ел», 13 наурыз 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. Ресми деректер бойынша 2020 жылдың қаңтар мен маусым аралығында 45 036 неке тіркеліп, оның 12 747-сі ажырасқан. Яғни елімізде әрбір үшінші отбасы ажырасуда. Яғни бүгінгі таңда алдымызда ***отбасы құндылықтарын*** сақтау міндеті тұр («Егемен Қазақстан», 18 наурыз 2021)

СИПАТТАМА: 8, 10

1. Жоба аясында отбасындағы үйлесімді қарым-қатынасты насихаттауға бағытталған педагогика және психология саласындағы тәжірибелі мамандардың қатысуымен бейнедәрістер түсіру, ***отбасылық құндылықтар*** туралы бейнероликтер тарату, мемлекеттік қолдау жүйесін халыққа түсіндіруге бағытталған бейнероликтер әзірлеу көзделген («Егемен Қазақстан», 18 наурыз 2021)

СИПАТТАМА: 2, 6

1. Әлеуметтік зерттеулер көрсеткендей, біздің жастар үшін ***отбасы*** ең жоғары ***құндылыққа*** ие (85,2 %) («Егемен Қазақстан», 18 наурыз 2021)

СИПАТТАМА: 7

# Министрлікке қарата айтылған ұсынысты қабыл алған Аида Ғалымқызы бұл бағытта ведомство тарапынан бәсекеге қабілетті, жан-жақты дамыған ұрпақ қалыптастыру үшін жастардың ғылыми жетістіктерін әйгілеу бағытында «Ақылды ұрпақ» жобалары жүзеге асып жатқанын, сонымен қатар қиын жағдайда жүрген балалары бар отбасыларды қолдау, жастар арасында *отбасылық құндылықтарды* нығайтуға арналған гранттық жобалар іске асырыла бастағанын айтып өтті («Егемен Қазақстан», 18 наурыз 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# Шарт бойынша әр қатысушы тек бір суреттен өткізіп, олар *отбасылық құндылықтарды* және ұрпақтар сабақтастығын; салауатты отбасын құруды қалыптастыру тақырыптарын қамтуы тиіс болатын («Егемен Қазақстан», 02 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Жас ұрпақтың бойында мейірімділік, құрмет, мораль, толеранттылық, жауапкершілік сынды қасиеттерді тәрбиелеп, жалпы адамдық және *отбасылық құндылықтарды* дарыту арқылы отбасындағы мінез-құлық мәдениетін, қоғамдағы зорлық-зомбылықсыз қарым-қатынас ұстанымдарын дамытуға бағытталған байқауға 7-18 жас аралығындағы алматылықтар қатысты («Егемен Қазақстан», 02 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. UNODC Вена штаб-пәтерінде (БҰҰ Есірткі және қылмыс жөніндегі басқармасы) ***отбасылық құндылықтарға*** арналған қазақстандық жобаға жоғары баға берілді («Білімді ел», 14 сәуір 2021)

СИПАТТАМА: 2, 6

# «Отан от басынан басталады» деп *отбасылық құндылықтарды* тәрбие көзі ретінде қарастырды. Ер мен елді, ана мен жерді егіз ұғым деп қабылдады, кіндік қаны тамған жерді ата-мекенім деп санады («Егемен Қазақстан», 14 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 5

# «Нұр-Сұлтан қаласының полиция департаменті «Зорлық-зомбылықсыз үй» атты акциясын өткізіп жатыр. Бұл акцияның мақсаты *отбасылық құндылықтарды* насихаттау және адам құқықтарын құрметтеу болып саналады («Егемен Қазақстан», 14 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 5

# Қазақстанда *отбасылық құндылықтарды* нығайту жөніндегі республикалық фронт-офис өз жұмысын бастады («Егемен Қазақстан», 20 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6

# Жастар және отбасы істері комитетінің төрағасы Шахмардан Байманов жобаның басталғанын ресми түрде жариялады. Ол құттықтау сөзінде: «Жастардың ағартушылық қызметін әлеуметтік желілер, Youtube арнасы арқылы жүргізу және жобаның барынша көп қатысушыларын қамтуға және қазақстандықтарға *отбасылық құндылықтарды* дарытуға күш салу қажет», деп отбасы институтын дамыту мен нығайтуда жобаның маңыздылығын атап өтті («Егемен Қазақстан», 20 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 10

# Аманғос Құлов баспасөз конференциясы барысында отбасылық дәстүрлер мен *отбасылық құндылықтарды* қалыптастырудағы ерлер мен әкелердің рөлі туралы айтып берді («Егемен Қазақстан», 20 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 6, 20

# «Отбасы – неке қатынастары мәселелері бойынша жастарға және отбасыларға консультациялық қызмет көрсету бойынша арнайы әдістемелік оқулықтар шығару жоспарлануда. Нәтижесінде, *отбасылық құндылықтарды* нығайту, отбасын біріктіру және психологиялық сау қоғамды дамыту маңыздылығы туралы ақпараттандырылған азаматтардың саны артады», деді Камила Сүлейменова («Егемен Қазақстан», 20 сәуір 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# Саяси-экономикалық және мәдени-рухани экспансияның теріс ықпалының зардабы, қиын салдарлары қоғамымызда ашық көрініп отыр. Басқасын айтпағанда, дінімізді тұтынудағы әркелкілік, өзін-өзі ақтаған *отбасылық құндылықтарымыздың* шамадан тыс әлсіреуі, некелі жастардың арасында ажырасу деңгейінің бұрын-соңды болмаған 50 пайызға жуықтауы айқын көрінісі («Егемен Қазақстан», 04 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 8, 10

# Тәуелсіздіктің алғашқы жылдарында демография, *отбасы құндылықтары*, жергілікті халықтың денсаулығын сақтау, ана мен баланы қорғау бағытындағы заңнамалық құжаттарды әзірлеу бірінші кезекте тұрды («Егемен Қазақстан», 14 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 10

# Әлеуметтік-мәдени даму комитетінің құрамында еліміз келешегінің беріктігіне, демографиясы мен ұрпақ тәрбиесіне, *отбасы құндылықтарының* нығаюына ықпал ететін «Отбасылық үлгідегі балалар ауылдары туралы» заңдарды әзірлеу бойынша жұмыс тобына жетекшілік еттім («Егемен Қазақстан», 14 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 10

# Еліміз тәуелсіздігінің алғашқы жылдарында Кеңесті құру *отбасы құндылықтарын* арттыру, отбасы саясатын құру, неке және отбасы институтын нығайтуға ықпал ететін отбасы мүдделері мен құндылықтарын арттырудағы маңызды қадам болды («Егемен Қазақстан», 14 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 5, 10

# *Отбасы құндылықтары* тұрмыстық жайттардың тасасында қалмас үшін аналарды рухани қолдау маңызды. Әлем елдерінің ішінде ажырасу көрсеткіші жағынан Қазақстан алдыңғы орындардың бірінде тұрғанын ауыр да болса мойындауға тура келеді («Егемен Қазақстан», 14 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 8, 10

# «Ұлы жол – отбасы табалдырығынан басталады». Осы халық мақалы арқылы бүгінгі әңгімемізді бастағымыз келеді. *Отбасы*, адалдық және махаббат – әр адамның өміріндегі ең маңызды *құндылықтар* («Егемен Қазақстан», 15 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 3

# Біздің орталықтың қызметі қоғамдық отбасы институтын нығайтуға, *отбасылық құндылықтарды*, отбасы мен некенің маңыздылығын қолдауға және дамытуға бағытталған («Егемен Қазақстан», 15 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 10

# «Бүгінде кейбір БАҚ елімізде *отбасылық құндылықтардың* өзгергенін жазып жатады. Дегенмен, шын мәнінде, біздің қоғамда үлгі болатын отбасылар өте көп. Ел Тәуелсіздігінің 30 жыл ішінде ұйымдастырылатын осындай әртүрлі жобалар мен байқаулар бізге осыны көрсетіп келеді. Отбасыларыңыз аман болсын!», деп түйіндеді сөзін министр («Егемен Қазақстан», 15 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6, 18

1. Танымал педагог Раиса Рахымжанқызы өскелең ұрпақтың тәрбиесі мен біліміне, адами, ***отбасылық құндылықтарды*** дәріптейтін ағарту ісіне барынша үлес қосқан еліміздің ұлағатты ұстаздарының бірі еді («Білімді ел», 18 мамыр 2021)

СИПАТТАМА: 6, 7

# «Президент Жолдауының басты басымдықтарының бірі – отбасы және балаларды қолдау шаралары. Қазіргі таңда, өкінішке қарай, қоғам өзгерісімен бірге *отбасының құндылықтары* да өзгеріп бара жатқанын айта кету керек», деген еді («Егемен Қазақстан», 20 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 8, 10

# Жалған ажырасу дегеніміз не? Оның астарында қандай қитұрқылық жатыр? Өтірік ажырасқандардың арамдығын әшкерелеуге бола ма? Адамдар неліктен мұндай қадамға барады? Өтірікке құрылған неке *отбасылық құндылықты* құлдыратып жібермей ме? («Егемен Қазақстан», 20 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 8, 10

# «Ресми статистикалық мәліметтерге сәйкес, 2020 жылы ажырасулар саны 2019 жылмен салыстырғанда төмендеген. 2019 жылы – 42,9 % болса, 2020 жылы бұл көрсеткіш 37,2 % құраған. «Мерейлі отбасы» байқауы отбасы мен некенің жағымды үлгісін дәріптеуге, отбасылық мәртебесін арттыруға бағытталған үлкен имидждік жоба. Ол қазіргі кезде *отбасы құндылықтарын* нығайтуға үлкен септігін тигізеді деп ойлаймын», деді Ш. Байманов («Егемен Қазақстан», 20 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 8, 10

# Оның айтуынша, бұл жобалар *отбасылық құндылықтарды* нығайтуға, институционализациялау, жастар арасында репродуктивті денсаулық, әртүрлі консультациялық қызметтер көрсетуге бағытталған («Егемен Қазақстан», 20 мамыр 2021)

# СИПАТТАМА: 2, 6

1. ***Отбасылық құндылықтарды* кеңінен насихаттау, оларды жас ұрпақтың бойында қалыптастыру мен дамытуға барынша үлес қосу және осы бағытта қолжетімді ресурстарды қайта қарауды көздейтін тәрбиелік жоба «Ата мектебі», «Әже мектебі», «Әке мектебі», «Ана мектебі», «Аға мектебі», «Жеңге мектебі» сияқты әлеуметтік институт саналатын халықтың тағылымдық мектептерінің жқмыстарын білім мекемесінің тәрбие жүйесімен бірге жоспарлайды** («Білімді ел», 25 мамыр 2021)

СИПАТТАМА: 2, 6

**Репрезентанты ценности СЕМЬЯ**

1. Фильм рассказывает о любви к родной стране, городу, где родился и вырос, пропагандирует идеи дружбы и добра, ***ценности семейных*** уз («Казахстанская правда», 14 января 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. «Мы изучили потребности различных целевых аудиторий и на основе их результатов сформировали тематическую сетку – в результате были сняты телесериалы об истории нашего народа, о буднях полицейских и врачей, о ***семейных ценностях***, о жизни в ауле, о молодых предпринимателях и даже стартаперах», – заключил Даурен Абаев («Казахстанская правда», 24 января 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. «У нас порядка 260 тысяч семей, которые воспитывают четырех и более детей и были охвачены мерами господдержки. Мы надеемся на то, что и в дальнейшем казахстанцы будут придерживаться многодетности и будут сохранять ***семейные ценности***, где будут воспитываться и получать образование дети, за которыми будущее Казахстана», – заключила Жакупова («Казахстанская правда», 07 февраля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3

1. В Концепции особое значение придается вопросам укрепления института семьи, культивирования ***семейных ценностей***, физического, интеллектуального и духовного развития подрастающего поколения («Казахстанская правда», 05 марта 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. Во время встречи Роллан Шакенович часто обращался к своему детству и ***семейным ценностям***. Он делал акцент на простые доступные вещи: как несколько слов отца могли расставить на места понимание чести и долга («Образованная страна», 13 марта 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 11

1. Это сериал про национальную безопасность и ***семейные ценности***, про сильных и слабых людей и реальные проблемы, стоящие перед современным казахстанским обществом («Казахстанская правда», 02 апреля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. Упор делается на информационно-разъяснительную работу в привычном формате серийных интервью, телепередач, сюжетов и даже телесериалов, пропагандирующих ***семейные ценности***, взаимоуважение, гендерное равенство («Казахстанская правда», 12 апреля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. У части молодежи отмечается снижение интереса к знаниям, девальвация нравственных ***ценностей***, включая ***семейные*** («Казахстанская правда», 16 апреля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8

1. «Мы проводили исследование по ценностям совместно с Российским государственным социальным университетом. Очень большое развернутое исследование о состоянии системы ценностей у казахстанской молодежи и у российской. Если оценивать по шкале ***ценностей*** в целом у казахстанской молодежи на первом месте стоит «***Семья***» – это 84 процента, «Здоровье» – 61,1 процента», – сказал Калиев («Казахстанская правда», 23 апреля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7

1. Там в факультативном порядке ввели предмет «Традиции и обычаи народа Казахстана», рассказывающий о ***семейных ценностях***, специфике воспитания, обрядах, этикете и других ценностях представителей различных этносов Казахстана. Проект, несмотря на естественные «подводные камни», имел успех («Образованная страна», 27 апреля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 15

1. При АНК действуют 1 753 совета матерей на областном, городском, районном, сельском уровнях, а также в коллективах крупных предприятий, которые ставят целью сохранение ***семейных ценностей*** и духовно-нравственное воспитание подрастающего поколения («Литер», 26 мая 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. Ежегодный конкурс проводится по инициативе Президента страны и направлен на укрепление ***семейных ценностей*** и повышение ответственности родителей в воспитании детей («Казахстанская правда», 31 мая 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 20

1. Как сообщила на прошедшей пресс-конференции в Актобе координатор программ ЮНИСЕФ по защите прав детей, Айслу Бекмуса, идея данного турнира носит семейный характер и направлена на то, чтобы показать ***семейные ценности*** и коммуникацию между родителями и детьми («Образованная страна», 04 июня 2018).

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 20

1. Мероприятие проходило в праздничной атмосфере в Академии творчества. На площадке перед зданием была организована выставка художественного ремесла, пропагандирующая ***семейные ценности***, вывешены информационные стенды об участниках областного тура («Казахстанская правда», 04 июня 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. О ***семейных ценностях***, о юбилейных свадьбах говорилось под сводами нового Дворца бракосочетания («Казахстанская правда», 08 июня 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. Социологические исследования показывают, что традиционными жизненными ***ценностями*** молодежи остаются ***семья***, друзья, здоровье, затем следует материальное благополучие, интересная работа, карьерный рост («Образованная страна», 22 июня 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

1. «***Семейные ценности***, родительская ответственность должны быть главным приоритетом каждого», – отметил заместитель руководителя управления внутренней политики Берген Жумкей («Образованная страна», 20 июля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 20

1. Стоит отметить, место проведения встречи не случайно. Зерендинский –пожалуй, один из районов с высокой концентрацией добра и ***семейных ценностей*** («Образованная страна», 20 июля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2

1. – Я считаю, что везде люди одинаковые, но всех объединяют общие ***ценности*** – здоровье, образование, любовь к ***семье*** и другие вечные понятия – говорит Магжан Сагимбаев («Казахстанская правда», 17 августа 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 5

1. Главная цель Национального конкурса «Мерейлі отбасы» – продвижение ***семейных ценностей*** и укрепление самого института семьи («Казахстанская правда», 10 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. Вместе с тем заместитель главы ведомства, поздравил казхстанцев с Днём семьи, который в стране отмечался 8 сентября. «Дорогие друзья! Поздравляю вас с Днём семьи! Для системы образования культивирование ***семейных ценностей*** является одной из первостепенных задач» – написал Аймагамбетов («Образованная страна», 11 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 7

1. На диалоговой площадке почётные гости, представительницы Совета матерей обсудили со школьницами самые актуальные вопросы женского сообщества: важность материнства, ***ценность семьи***, роль женщины-матери в семье как проводника национальных традиций, значение образования и духовных ценностей («Образованная страна», 19 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 15, 21

1. Исходя из этого, Министерство образования и науки Республики Казахстан и Институт Семейного Воспитания включили в программу конференции важные вопросы: об укреплении ***семейных ценностей***, о важности семейного благополучия для воспитания детей, а также о мерах профилактики внедрения в среду подростков деструктивных религиозных течений, о профилактике девиантного поведения и правонарушений в подростковой среде («Образованная страна», 25 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 10

1. Стоит отметить, что в течение трех дней обучения участникам лагеря предстоит разработать социальные проекты, влияющие на решение актуальных проблем общества и популяризацию ***ценностей*** «Рухани жаңғыру» (***семья***, национальный код, конкурентоспособность, прагматизм и другие) («Образованная страна», 30 октября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 5, 10

1. Особенно важно, что всех казахстанцев объединяют общие ***ценности***: достоинство и благополучие Человека, Свобода, Единство, Справедливость, Верховенство Закона, ***Семья*** и традиции, устремленность в Будущее («Казахстанская правда», 08 ноября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 10

1. И еще тем, что в Казахстане крепки ***семейные ценности***, культурная жизнь бьет ключом и здесь очень позитивная атмосфера для творчества («Казахстанская правда», 16 ноября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

1. Одним из важных направлений в работе Национальной комиссии являются вопросы укрепления ***семейных ценностей***, особенно среди молодежи, – сказала Госсекретарь («Казахстанская правда», 19 ноября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. Представитель Республики Беларусь, председатель правления общественной организации «Клуб львов» Вячеслав Щерба добавил, что все страны, принимающие участие в форуме, обладают уникальным опытом в поддержке ***семейных ценностей*** («Образованная страна», 19 ноября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2

1. Так же Зубайра апай отметила важность роли семьи, ***семейных ценностей*** и традиций в воспитании молодого поколения семьей («Образованная страна», 05 декабря 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3

1. ***Семья***, дети, семейные и нравственные ***ценности*** всегда были основой нашего общества и нашей культуры. И на новом этапе развития страны они приоритетны. Мы хотим, чтобы наши дети жили в процветающем и мирном Казахстане, имели крепкие и благополучные семьи («Казахстанская правда», 07 декабря 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10, 15

1. Темой весенних месяцев станут вопросы тюркской религии, системы управления, общественные и ***семейные ценности*** тюркских народов («Казахстанская правда», 12 декабря 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 14

1. Лудомания или игровая зависимость это патологическая склонность к азартным играм, при которой у человека снижаются или полностью теряются профессиональные, социальные, материальные, ***семейные*** и духовные ***ценности*** («Казахстанская правда», 20 января 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 12

1. Будучи депутатом Мажилиса Парламента Республики Казахстан, Айткуль Самакова активно поднимала темы развития ***семейных ценностей***, противодействия распространению наркомании и алкоголизма, недопущения распространения экстремистских идей и попыток разжигания межэтнических конфликтов («Казахстанская правда», 01 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2

1. Очень важная базовая ценность, которая входит в первую пятерку, – осознание своей роли как члена семьи. То есть ***семейные*** отношения и ***ценности*** для казахстанской молодежи являются одними из определяющих, той базой, на которой нужно выстраивать все другие отношения («Казахстанская правда», 12 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

1. О том, что делать, чтобы ***семейные ценности*** продолжали вдохновлять нашу молодежь, и как предотвратить ее отъезд из страны, шел разговор на правительственном часе в Мажилисе по вопросам реализации государственной молодежной политики («Казахстанская правда», 19 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2

1. Как видим, проблем в молодежной политике достаточно. Но, как сказано выше, несмотря ни на что, главным ***ценностным*** ориентиром для молодых казахстанцев остается ***семья***. А пока дела обстоят таким образом, любые другие проблемы решить будет несложно («Казахстанская правда», 20 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7, 10

1. Если подобных центров будет больше, то нашим жителям будет легче. Также одна из важнейших задач этого центра заключается в том, чтобы семьи, встречаясь тут, обменивались мнением, опытом, пропагандировали ***семейные ценности*** («Казахстанская правда», 21 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 15

1. С малышами рекомендуем учить потешки, читать книги с яркими иллюстрациями, с детьми постарше – сказки, стихи, пословицы и поговорки. На развитие памяти и речи хорошо влияет совместная семейная драматизация сказок. Таким образом в семье формируются ***семейные ценности***, которые так важны для ребенка («Казахстанская правда», 28 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3

1. Эти уникальные организации – проводники идей мира и согласия, ***семейных ценностей***, вносящие конкретный вклад в воспитание молодого поколения и развитие страны («Казахстанская правда», 07 марта 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. Глава государства подчеркивает, что мы должны укреплять ***семейные ценности***, – говорит руководитель городского отдела культуры и развития языков Айгуль Сабитова. Именно благодаря семье сегодня крепнет и развивается наше суверенное государство, растет благосостояние народа. Благополучие семьи – мерило развития и прогресса любой страны («Казахстанская правда», 07 марта 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10, 15, 16

1. Главное, что в центре внимания – семья, ***семейные ценности***, отношения, – говорит Айбек. – И это не значит, что в быту нам нужно придерживаться правил XVIII–XIX веков, речь о другом. Нужно культивировать институт семьи. Мы стараемся это делать, учитывая традиции нашего народа («Казахстанская правда», 29 марта 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10, 17

1. «***Семейные ценности*** должны быть сохранены, – отметил Раджаб Даминов. – Мы должны прилагать все возможные усилия для оказания помощи гражданам в сохранении этой важной ячейки общества, обеспечивая тем самым воспитание и развитие детей в полноценной семье» («Казахстанская правда», 05 апреля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 10

1. Все приглашенные для участия 10 семей изъявили желание поучаствовать в проекте. По словам родителей, их заинтересовала возможность помочь детям стать увереннее, следовать правилам, самим разобраться в вопросах воспитания, сообща закрепить ***семейные ценности*** и стать крепкой семьей («Образованная страна», 17 апреля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 6, 20

1. Напомним, что в Вооруженных Силах уже несколько лет функционируют службы по работе с семьями военнослужащих. Их главными целями и задачами являются укрепление престижа семьи, повышение ее социального статуса, развитие ***семейных ценностей*** и традиций, формирование активной социальной позиции, а также пропаганда здорового и активного образа жизни молодых семей («Литер», 29 апреля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 10, 14, 15, 16

1. Благодаря своим организаторским способностям и внутреннему искреннему порыву она основала и сплотила коллектив пенсионерок, который активно занимается общественной работой, проводит беседы с молодежью, военнослужащими срочной службы, рассказывая о том, как важно сохранить межнациональное согласие, не делиться на своих и чужих, беречь единство и дружбу, честно трудиться, и, конечно, пропагандирует вечные ***ценности***, к которым прежде всего относятся ***семья*** и воспитание детей («Казахстанская правда», 01 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 5

1. Основная цель мероприятия – укрепление института семьи и роли отца в семейном воспитании, возрождение и сохранение духовно-нравственных традиций и ***семейных ценностей*** («Литер», 03 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 10, 20

1. Приоритетное внимание мы уделяем укреплению традиционных ***семейных ценностей*** и поддержке института семьи. Выстроена целостная система соцподдержки женщин и семей, имеющих детей. За последние 10 лет расходы бюджета на эти цели увеличились более чем в 5 раз, – сказала Гульшара Абдыкаликова («Казахстанская правда», 16 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. Вопросы сохранения и развития традиционных ***семейных ценностей*** обсудили в Доме дружбы на областном форуме Совета матерей Акмолинской ассамблеи народа Казахстана, который был приурочен к Международному дню семьи («Казахстанская правда», 20 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. По инициативе Совета матерей региональной АНК в школах и вузах реализуются проекты по пропаганде института брака и семьи, традиционных ***семейных ценностей*** среди молодежи, действуют 60 клубов, где проводятся семинары и тренинги, девушек учат ведению домашнего хозяйства, рукоделию, прививают уважительное отношение к этнокультурным обычаям («Казахстанская правда», 20 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. Картины выполнены маслом в разных жанрах и в разные периоды времени, но все они объединены одной тематикой – родной очаг, уют в доме, ***семейные ценности*** («Казахстанская правда», 20 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. К сожалению, сейчас молодые люди мало задумываются о ***семейных ценностях*** и не утруждают себя стремлением создать крепкую семью, способную сообща пережить все недоразумения и проблемы. Статистика свидетельствует, что Казахстан лидирует среди стран СНГ по числу разводов («Казахстанская правда», 20 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8

1. Специалисты считают, что с молодежью и подростками надо больше говорить о ***семейных ценностях***, пропагандировать институт семьи и национальные традиции («Казахстанская правда», 20 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7, 10

1. Еролеевы – действительно образцовая семья, не только сохраняющая ***семейные ценности***, но и идущая в ногу со временем. Супруги Айжол и Сабира Еролеевы воспитывают шестерых детей, старшей дочери 21 год, младшей – всего 2 года («Казахстанская правда», 21 мая 2019) ХАРАКТЕРИСТИКИ: 18
2. В ходе торжественной церемонии победителей конкурса поздравил заместитель акима города Нур-Султан Ерлан Каналимов. Он отметил важность сохранения ***семейных ценностей***, укрепления института брака, нравственности и духовности («Образованная страна», 31 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 10

1. Основной темой обсуждения на мероприятии, которое проходило в формате круглого стола, было «Ценности общества для современного человечества» – национальные ***семейные ценности***. Целью мероприятия явилось определение преемственности поколений в сохранении национальных ценностей в воспитании молодого поколения («Казахстанская правда», 01 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. В завершение конкурса победителей поздравила заместитель акима области Сулушаш Курманбекова, отметив, что в нынешнем году в региональном конкурсе приняли участие 180 жамбылских семей, и каждая из них – это маленькое государство со своими законами и укладами. Несмотря на то что определились лучшие, она считает, что каждая семья-участница стала по-своему победительницей, ведь они хранят и передают главные ***ценности*** человечества и на деле доказывают, что нет на свете ничего важнее ***семьи*** («Казахстанская правда», 10 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 5, 6

1. ***Семейные ценности*** служат важнейшей частью политики любого государства и в любую эпоху. Это хорошая традиция – популяризировать опыт образцовых семей региона, которые передают духовно-нравственные ценности из поколения в поколение. Наша задача – содействовать в этом благородном деле, – подчеркнул руководитель региона («Казахстанская правда», 10 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 13, 18

1. ***Семейные ценности*** для нас превыше всего. На свете нет ничего более важного, чем тепло домашнего очага, традиций, основанных на любви к ближним, уважении к старшим. Гармония в семье – это мир, согласие, взаимопонимание. Мы с женой всегда придерживаемся этих постулатов («Литер», 15 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 9

1. Большой интерес преподавателей вызвали семь главных принципов обучения – в частности, научность, наглядность и региональность, а самыми востребованными оказались такие темы как ***семейные ценности***, репродуктивное здоровье, гендерное равенство («Образованная страна», 17 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 5

1. «Большой проблемой для Казахстана является снижение уровня ***семейных ценностей***. По данным британского издания «The Economist», Казахстан входит в десятку стран с высоким показателем разводов», – сообщил Абаев («Казахстанская правда», 25 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 8

1. Он отметил, что в Казахстане разработано специальное приложение. «На базе всех молодежных ресурсных центров, которых насчитывается около 200 штук, организованы юридические консультации по вопросам семьи, создано специальное мобильное приложение, ведется разъяснительная работа с молодыми парами на этапе регистрации брака по семейному воспитанию, ***ценности семьи*** и брака, важности воспитания ребенка», – сказал глава МИОР РК («Казахстанская правда», 25 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 20

1. Центр семьи оснащен удобной мебелью и офисной техникой, а также имеет в своем распоряжении детский уголок. На стенах семейного центра развешаны рисунки, пропагандирующие ***семейные ценности***. Это, по мнению специалистов, способствует примирению сторон и укреплению первичной социальной ячейки общества («Казахстанская правда», 05 августа 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. Основной задачей сотрудников является создание возможностей для сохранения ***семейных ценностей***, разрешения семейных споров и примирения, в первую очередь для того, чтобы дети воспитывались в полноценных семьях («Казахстанская правда», 05 августа 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 20

1. Очевидно, что нам нельзя забывать те духовные скрепы, на которых основано историческое единение народа. Именно женщина во все времена была хранительницей духа нашего народа, была и остается носителем ***семейных ценностей***. И эта духовная сила всегда была для нее источником для вдохновения и созидания. Так было во все времена («Казахстанская правда», 06 августа 2019)
2. Для меня же ценно другое: «дом без углов» уже своей формой говорит о желании жить в мире и дружбе, без конфликтов со всем миром, который тебя окружает. Любого гостя в юрте примут как самого почетного. За века сложились многие замечательные традиции освоения пространства в ней, которые с малых лет воспитывали ребенка в почитании и уважении к старшим, гостям, ***семейным ценностям***, этикету («Казахстанская правда», 20 августа 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 5, 13

1. На базе Егиндыкольской средней школы №1 открыт клуб ***семейных ценностей*** «Шамшырак». Его члены проводят мероприятия, нацеленные на сохранение культурного наследия, способствуют оказанию спонсорской помощи детям-сиротам и малообеспеченным семьям. А пожилые женщины проводят беседы со школьницами по воспитанию девочек в казахских семьях», – сказал он («Образованная страна», 28 августа 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10, 11

1. Конкурс был учрежден по инициативе Елбасы Нурсултана Назарбаева в 2013 году с целью укрепления института семьи, культивирования ***семейных*** и духовно-нравственных ***ценностей***, повышения ответственности супругов, родителей в воспитании детей, заботы детей о пожилых родителях («Казахстанская правда», 09 сентября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 10

1. Второй уровень противодействия – это наше бытовое понимание коррупции, искаженное представление о ***ценностях***, начиная с ***семьи***, заканчивая образованием и наукой («Литер», 10 сентября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8

1. «Задача мероприятия: через методы танцевально-двигательной терапии показать полицейским, как важно поддерживать и быть поддержанным, как важны ***семейные ценности*** и как микроклимат семьи влияет на работу и на то, какие важные решения могут быть приняты сотрудниками, если в семьях их будут поддерживать», — пояснила специалист психологического центра «Центр Личности» Ольга Агапова («Литер», 14 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 10

1. Участники форума обсудили важнейшие актуальные проблемы современной семьи, семейного воспитания, укрепления ***семейных*** традиций и ***ценностей*** («Образованная страна», 17 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. Генеральный директор ННПООЦ «Бөбек» Елена Николаевна Сакенова в первый день мероприятия выступила с докладом на тему «Семейные ценности и проявление их в обществе», в котором особо подчеркнула: «***Семейные*** традиции и духовные ***ценности*** семьи во все времена были и остаются фундаментом общества, оплотом государственности и силы народ» («Образованная страна», 17 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. В рамках мастерской прошел мастер-класс, цель которого – воссоздать образ счастья в семье, погрузившись через ***семейные ценности*** в духовные пласты человеческой жизни («Образованная страна», 17 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6, 14

1. В Академии государственного управления при Президенте РК состоялась первая рабочая сессия Института развития ***семейных ценностей*** «Danalyq» («Казахстанская правда», 18 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. Данное мероприятие направлено на укрепление института семьи и ***семейных ценностей*** в казахстанском обществе, осознание значимости отца в воспитании детей, создание безопасной среды для ребёнка («Образованная страна», 23 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10, 20

1. По словам организаторов, отныне форум станет традиционным мероприятием, и будет поднимать самые насущные вопросы ***семейных ценностей*** и взаимоотношений самых близких людей («Литер», 29 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 10

1. Деятельность клуба будет направлена на сохранение ***семейных ценностей***, вовлечение отцов в процесс воспитания детей, повышение активности родителей в работе по профилактике преступности среди несовершеннолетних, а также через совместные мероприятия с целью вовлечения детей к труду, – пояснила Ляззат Ондирисовна («Образованная страна», 08 ноября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 20

1. Действительно, чаще всего тяготы о заботе больного ребенка отцы возлагают на плечи матери. Одной из основных причин распада семей являются материальное неблагополучие, вредные привычки. Нельзя отрицать и отход от традиционных человеческих ***ценностей***, где главная из них – ***семья*** («Казахстанская правда», 13 ноября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8, 19

1. В условиях современной школы нужно обязательно прививать детям ***семейные***, общечеловеческие ***ценности***, воспитывать патриотические чувства – все то, без чего не может вырасти полноценная личность («Казахстанская правда», 24 января 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7

1. Для проведения Национальной переписи разработан специальный логотип, символизирующий единство народа и ***семейные ценности***. Слоган переписи – «В Казахстане каждый важен!» («Казахстанская правда», 18 февраля 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 7, 10, 11

1. Почему этот фильм можно пересматривать бесконечно? По мнению Олега Борецкого, здесь соединяются две очень важные человеческие ***ценности*** – ***семья*** и власть. И как их совместить, не переступая преступную грань ради сохранения чести семьи? («Казахстанская правда», 06 апреля 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 6

1. «Этой песней мы хотели бы донести до слушателей важность и матери, и отца в семье, рассказать молодежи о том, что такое осознанный выбор и ***семейные ценности***. Через песню мы хотим поднять тему недопущения домашнего насилия, особенно когда многие все еще чувствуют напряженность после режима чрезвычайной ситуации», – сказал Алихан Мусатаев («Казахстанская правда», 20 июня 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6, 7, 8, 10

1. Это сейчас пошли какие-то браки гражданские, когда жен и мужей меняют, как платья, а в наше время ***ценности семейные*** были очень высоки. Если бы муж поставил при жизни меня перед выбором – общественная работа или семья, я бы выбрала его и детей. Но он абсолютно был лишен эгоизма. Ему хотелось, чтобы и я тоже дышала полной грудью («Казахстанская правда», 07 июля 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8, 9, 10

1. Знаете, когда сам проходишь через эту болезнь и на себе испытываешь, что означает выражение «каждый вздох на счету», понимаешь простые, по сути, вещи – ***ценность семейных*** уз, дружеского участия, поддержки чужих тебе людей. Нам важно выйти из всего этого, не потеряв человеческого лица («Казахстанская правда», 14 июля 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 7

1. Мы хотим сделать банк, в котором будет возможность копить на всех членов семьи, а потом объединять, уступать, передавать эти депозиты и таким образом, именно ***семейные ценности*** в нашем казахстанском обществе закреплять еще и финансовыми инструментами («Литер», 03 августа 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2

1. Основой основ для развития нации в эпоху кризиса и в перспективе должны стать семья и семейное воспитание. Пора предусмотреть введение в средних школах специальных предметов, ориентированных на ***семейные ценности***, разработать общенациональную методику воспитания молодежи с учетом традиций народа («Казахстанская правда», 07 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 7, 10

1. «В этом контексте секретарь Совета Безопасности Асет Исекешев поручил активизировать работу по блокированию противоправного контента, в том числе посягающего на традиционные ***семейные ценности***, пропагандирующего культ насилия, а также провоцирующего суицидальное поведение, в особенности среди несовершеннолетних», – отметил он («Литер», 11 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8, 12

1. В столичном Доме дружбы открылась фотовыставка «Мама». В экспозиции, приуроченной ко Дню семьи, представлены фотографии многодетных матерей, а также картины, отображающие ***семейные ценности*** («Казахстанская правда», 14 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2, 6, 10

1. Есть стереотип, что ***семейные ценности*** – это традиции, которые передаются из поколения в поколение. В списке могут быть семейные обеды по воскресеньям, выезды на природу каждую пос­леднюю неделю мая, оливье или запеченная утка на Новый год. И обязательно, чтобы так делали мама и папа, а лучше прабабушка с прадедушкой обоих супругов. Вот только жизнь немного сложнее, а мы имеем больше отличий, чем, может быть, хотелось бы. Практикующие психологи уверяют: если вашего мужа радуют блины у бабушки в деревне, а вас – нет, то это не про ***семейные ценности*** («Казахстанская правда», 14 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8, 10

1. Фестиваль был организован в рамках комплекса мероприятий по укреплению ***семейных ценностей*** среди молодежи при поддержке Министерства информации и общественного развития РК, Центра поддержки гражданских инициатив («Казахстанская правда», 14 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 7, 10

1. Очень надеемся на то, что в Казахстане мы сможем добиться полноправного участия всех категорий граждан в развитии и становлении ***семейных ценностей*** в нашей стране («Казахстанская правда», 14 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. Практика показывает, что именно такие объединяющие мелочи позволяют парам сохранять баланс и теплые отношения долгие годы. Впрочем, мерило ценностей у каждого свое. И утка, и застолья по воскресеньям, и бабушкины блины – если это нравится обоим – совершенно замечательные ***семейные ценности*** («Казахстанская правда», 14 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8, 10

1. Примечательно, что в областном центре создана специальная рабочая группа «Бастау» во главе с заместителем акима города, которая призвана оказывать психологическую помощь супругам, занимается разъяснением ***семейных ценностей*** и делает все, чтобы примирить стороны. И в практике было немало таких случаев, когда после услышанного пары меняли свое решение и забирали заявление («Казахстанская правда», 14 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 8, 10

1. В регионе подвели итоги конкурса по поддержке молодых предпринимателей «Арманыңа қол жеткіз». Отметим, что для участия в нем поступило 78 заявок. Члены комиссии, а это в основном менторы и представители бизнеса, одобрили 16 из них, которые касаются таких направлений, как благоустройство села, культура и рациональное использование досуга, ***семейные ценности*** и традиции, образовательные подпрограммы, развитие здорового образа жизни, экология и туризм («Казахстанская правда», 21 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 16

1. Обладая высоким организаторским потенциалом, Саркисян Ш.В. активно работает в неправительственном секторе, в течение 19 лет возглавляет общественное объединение «Доступное образование для студентов инвалидов», под ее руководством было организовано 7 социально-значимых проекта по госзаказу, по актуальным проблемам, направленным на укрепление семьи, пропаганду ***семейных ценностей*** и социальную адаптацию людей с ограниченными физическими возможностями («Образованная страна», 22 сентября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 7, 10

1. В течение тематической недели более 50 школ и порядка 2,5 тыс. глав семейств взаимодействовали и обсуждали вопросы, которые помогут повысить авторитет отцов в воспитании детей, придать импульс развитию и укреплению ***семейных ценностей*** («Казахстанская правда», 02 ноября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 11

1. – Все начинается с воспитания в семье, и роль отца, как и роль матери, в этом процессе очень важная. Если каждый отец будет приобщать ребенка к занятию физкультурой и спортом, посадке деревьев, другим полезным обществу занятиям, воспитывать ребенка на личном положительном примере, в этом случае быстро добьемся ожидаемых успехов в деле укрепления ***семейных ценностей***, гендерного равенства в вопросах воспитания подрастающего поколения, – заключил он («Казахстанская правда», 02 ноября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 11

1. Каждый спикер смог выразить мнение о том, что в современном мире развивать институт семьи необходимо и важно создавать социальные проекты для поддержания отцовства, повышая значимость ***семейных ценностей*** («Литер», 02 ноября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. «**В период с 20 октября по 20 ноября, а значит и во время осенних каникул, в организациях образования проходит месячник, посвященный Всемирному дню ребенка «Бала құқығы – адам құқығы». Мероприятия нацелены на правовое информирование, творческую и интеллектуальную реализацию учащихся, укрепление *семейных ценностей*, организацию благотворительных акций для детей и семей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации», – пояснила Ш. Кадырова** («Образованная страна», 05 ноября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 6, 10

1. «Члены совета говорили о необходимости открытия на местных и республиканских телеканалах постоянных программ для детей и молодежи «Образцовая семья», «Өнегелі қыз бала», где будут пропагандироваться ***семейные ценности***», – сообщается в информации пресс-службы Nur Otan («Литер», 07 ноября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 7, 10

1. «Вообще, энергия этого года – знания, закона, традиций, порядка и какой-то власти. 2021-й научит объединяться, обратит внимание на ***семейные ценности***. Проводите больше времени с детьми и стариками, займитесь самообразованием. Не занижайте себя, прислушивайтесь к личным ценностям и интуиции», – рассказала нумеролог («Литер», 10 декабря 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 7, 10

1. Цель конкурса – укрепление института семьи, повышение ответственности родителей в воспитании детей, передача будущему поколению лучших традиций и ***семейных ценностей*.** В мероприятии приняли участие представители девятнадцати семейных клубов общеобразовательных школ области («Образованная страна», 16 декабря 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 6, 10

1. Участники творчески подошли к данному мероприятию, изложили ***семейные*** традиции, ***ценности***, рассказали о семейных праздниках, кто-то поделился сокровенной мечтой («Образованная страна», 16 декабря 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6

1. **В Акмолинской области подведены итоги областного заочного конкурса среди действующих семейных клубов на лучшее эссе о *семейных ценностях*, традициях, праздниках, передает Управление образования Акмолинской области** («Образованная страна», 16 декабря 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 10

1. Домашнее музицирование семьи Жетесовых – добрый пример отношения между разными поколениями, рождения творческого союза и раскрытия талантов. «Шашу» регулярно выступает перед земляками. Как говорит Омирхан, тем самым они прививают интерес к национальной музыке, культурному наследию, пропагандируют ***семейные ценности*** («Казахстанская правда», 05 января 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 6, 13

1. Духовной основой любого общества является опора на традиционные ***ценности***: уважение к языку и культуре, нравственность, ***семья***, связь поколений, патриотизм и толерантность («Казахстанская правда», 14 января 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 5

1. Родной дом, родной очаг, свет отчего дома, нравственные и ***семейные ценности***, память как ответственность – в центре осмысления современных писателей и публицистов («Казахстанская правда», 29 января 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 7

1. Особую роль в воспитании играет мужчина. Поэтому с целью укрепления института отцовства, статуса отца, пропаганды ***семейных ценностей*** наши педагоги провели конкурс видеороликов «Папа может все что угодно» среди 3-х классов, – говорит заместитель директора по воспитательной работе Азина Оспанова («Казахстанская правда», 23 февраля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 3, 6, 10, 11

1. Именно в этих направлениях работает Ассамблея народа Казахстана, тесно взаимодействуя с этнокультурными объединениями. Сегодня у нее есть свои представительства во всех регионах страны. В их структуру входят: НЭС (Научно-экспертный совет), который проводит исследования; Совет матерей, который укрепляет институт семьи, а также повышает значение ***семейных ценностей*** («Литер», 10 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 10

1. «Я начал говорить ему, что есть столько детей-сирот, у которых никого не осталось, а он из-за семейной ссоры был готов покончить с жизнью. Ведь самая главная ***ценность*** в жизни – это ***семья***. Он стал отходить от края карниза и рассказал о том, что побудило его к этому поступку. Я очень надеюсь, что он сделает для себя правильные выводы, сможет все обговорить с семьей и все вместе они примут верное направление в разрешении своих споров», – поделился подробностями спасения Асет Темешев («Казахстанская правда», 14 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 8

1. По словам члена жюри, руководителя кабинета обучения языкам Дома дружбы Гульзиры Сарсембек, практически все команды успешно справились с заданиями, подтвердив, что кызылординская молодежь активно интересуется историко-культурным наследием казахского народа, понимает высокую значимость традиций и обычаев, формирующих жизненные принципы, несущие в себе традиционные ***семейные ценности***, любовь и уважение к ближним («Казахстанская правда», 19 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 7, 14

1. Основная цель праздника – укрепить мир и дружбу, сохранить национальную идентичность, популяризировать ***семейные ценности***, развивать культуру благотворительности, а также формировать бережное отношение к окружающей среде («Казахстанская правда», 20 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 7, 10

1. Упорство и настойчивость Фирузы не перестают удивлять. Она родилась в Таразе, в многодетной семье, где царили ***семейные ценности*** и мусульманские обряды. И бокс никак не вписывался в планы родителей Фирузы, они были против ее увлечения, и как признается сама чемпионка, много раз скандалили на этой почве. Но со временем свыклись и полностью поддерживают ее («Литер», 30 марта 2021г)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3

1. Четвертая группа ценностей получилась весьма обширной. Сюда включены национальные традиции казахского народа, ***семейные ценности***, воспитание патриотизма, межэтническое и межконфессиональное согласие («Казахстанская правда», 05 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4

1. В содержании колыбельных песен раскрывается и гендерный аспект воспитания как основа традиционных ***семейных ценностей***. Например, в колыбельных песнях для мальчиков акцентируется внимание на таких понятиях, как будущий отец, глава семейства, добытчик, защитник, для девочек – будущая мать, хранительница «семейного очага», хозяйка дома, воспитательница детей. Это все и формирует традиционную картину мира ребенка («Образованная страна», 06 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3

1. По мнению Сары Назарбаевой, крепкая и благополучная семья, дети, ***семейные*** нравственные ***ценности*** – это и есть основа благополучия общества, его важнейшие приоритеты («Образованная страна», 06 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

1. В конкурсе приняли участие алматинцы от 7 до 18 лет. Главной задачей ребят было создать рисунки, в которых бы отражались ***семейные ценности***, милосердие, гуманизм, толерантность, ответственность, доброта и уважение к ближним («Казахстанская правда», 07 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 4, 6, 7

1. При актуализации развивающего потенциала колыбельных песен следует предусматривать глубокое содержание по истории и философии их создания, психологии и аксиологии их влияния на укрепление ***ценностей семьи***, а также практико-прикладную направленность организуемых по данной теме образовательных событий («Образованная страна», 13 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3

1. В рамках проекта «Институционализация мер по укреплению ***семейных ценностей*** среди молодежи» во всех регионах страны проходят мероприятия, организуемые Общественным фондом EN BAQYTTY EL («Казахстанская правда», 21 апреля 2021г.)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 7, 10

1. В последнее время значительно изменился вектор ***семейных ценностей***: разорвались связи между поколениями. Семья, ее уклад и традиции для многих перестали быть ценностью, – говорит Камиля Сулейменова («Казахстанская правда», 21 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8, 23

1. ***Семейные ценности*** – это каркас сплоченности конкретной семьи. Без ***семейных ценностей***, которые равно почитаются и защищаются всей родней, не может быть настоящей семьи с крепким фундаментом («Казахстанская правда», 21 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5, 7

1. По ее словам, мероприятия, направленные на укрепление института семьи и ***семейных ценностей***, стартовали в марте. Бесплатные онлайн-лекции и тренинги будут посвящены таким темам, как «Эмоциональный интеллект в отношениях», «Кризисы современной семьи. Механизмы сохранения ***семейных ценностей***» («Казахстанская правда», 21 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 10

1. Для будущего казахстанского общества важное место занимает подготовка молодых людей к ответственности за свою семью. Нужно учить людей создавать гармонию самим, внутри своего микросоциума – семьи. Если мы не начнем сейчас, то последствия могут быть серьезными – рост преступности, суицидов, приверженцев деструктивной религии, семейные невзгоды, рост неполных семей, людей, находящихся в депрессии. Но все эти проблемы можно преодолеть, укрепляя институт семьи и ***семейных ценностей*** среди молодежи, – считает Камиля Сулейменова («Казахстанская правда», 21 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

1. Социолог Жанар Джандосова объяснила популярность чайлдфри наступившей эрой постмодернизма. Эта эпоха характерна тем, что ценности индивидуального человека выходят вперед, оставляя позади традиционные ***семейные ценности*** («Литер», 24 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8

1. Она отметила, что 90 % населения Казахстана – это люди, для которых важны традиционные ***семейные ценности***, поэтому идеи чайлдфри в стране придерживаются люди, которые побывали на западе или переняли несвойственные для нашего общества ценности через книги, музыку или фильмы. Однако их в стране очень мало («Литер», 24 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 12

1. Мы не делим ребят на своих и приемных, все – наши, родные, выросли в одном доме, под одним шаныраком, – рассказывает Сабит Койбагаров. – Я сам воспитывался в многодетной семье, родители с детства привили нам любовь к труду, уважение к старшим, заботу о младших и другие незыблемые ***семейные ценности***. Эти же принципы мы стараемся передать своим детям («Казахстанская правда», 05 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3, 7, 9, 11

1. Сегодня зачастую теряется связь поколений, не всем семьям удается сохранить память о героях войны. Поэтому наиболее важным моментом в работе над проектом становится открытие забытых страниц истории семьи, о чем с благодарностью говорят участники проекта и их родители. Несомненно, это отличная возможность для восстановления утраченных ***семейных ценностей***, сплочения старшего и младшего поколений семьи («Образованная страна», 10 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7, 23

1. Необходимо сегодня работать и над ***семейными ценностями***. Глобализация, как я сказал, сейчас несет негатив и в семейные отношения. Интернет, цифровые технологии, несмотря на положительные качества, приносят и отрицательные, в том числе в нравственные устои и в моральное состояние общества («Литер», 15 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8, 12

1. Иногда нам кажется, что родить детей и зарабатывать на жизнь – базовые ***семейные ценности***, но так ли это? Я считаю, что счастье и благополучие семьи зиждется на духовных традициях, взаимоуважении и понимании друг друга, положительной эмоции в семье («Казахстанская правда», 15 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 10, 14

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

**Репрезентанты ценности КЕЛІСІМ**

1. Еліміздің әлеуметтік-экономикалық табыстарының негізі – біздің басты ***құндылықтарымыз*** ретінде қала беретін азаматтық бейбітшілік, ұлтаралық және конфессияаралық ***келісім*** екені сөзсіз («Білімді ел», 24 қаңтар 2018)

СИПАТТАМА: 1, 2

1. Осы тұрғыдан, қазақстандық қоғамда ынтымақтастық, бірлік пен ***келісім құндылықтарының***, толеранттылық, инновацияларға ашық болудың дәстүрлерінің, сондай-ақ орташа прагматизмнің болуы реформаларды іске асыруға берік негіз болады («Білімді ел», 13 шілде 2018)

СИПАТТАМА: 1

1. Бірақ мұндай ауыспалы шақта бір тұрақты іргелі ***құндылық*** бар – бұл қоғамның бірлігі мен ұлтаралық ***келісім*** («Егемен Қазақстан», 29 сәуір 2019)

СИПАТТАМА: 1, 3

1. Қоғамда бірлік, ұлтаралық ***келісім*** секілді тұрақты әрі маңызды ***құндылықтар*** бар. «Дәл осы аса маңызды фактор болашақ әлемде біздің бәсекеге қабілеттілігімізді айқындайды», – деді Нұрсұлтан Назарбаев («Айқын», 01 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 1, 2

1. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев «Бүгінде әрбір қазақстандық қай этностық топқа жататынына қарамастан, өздерін біртұтас үлкен отбасының мүшесі сезінеді. Бірлік пен ***келісім*** – халқымыздың қиын-қыстау жылдарда да сақтай білген ***құндылықтары***. «Әралуандықтан бірлікке» – біздің саясатымыздың мәні. Бәріміз бірге өзіміздің еңбексүйгіштігімізбен, табандылығымызбен ғана қуатты әрі дамыған мемлекет құра аламыз», деді («Егемен Қазақстан», 01 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 1, 2, 5

1. Сондай-ақ Ж. Ахметбеков заманауи Қазақстанның басты ***құндылығы*** – бейбітшілік пен ұлтаралық ***келісімді*** сақтау керегін айтты («Айқын», 25 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 1, 4

1. Барлық сайлаушыға ортақ бір ***құндылық*** бар, біз тыныштық пен ***келісім*** салтанат құрған, өз-өзін жетілдіруге барлық жағдай жасалған бейбіт елде өмір сүргіміз келеді. Бүгін еліміздің болашағын бірге таңдаймыз, – деді сайлаушыларға Нұрлан Ноғаев («Айқын», 10 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 1, 3

1. Бұл елде ұлтаралық және дінаралық ***келісім***, өзара құрмет пен достық мәнді ***құндылықтар***, мемлекеттік саясаттың түбірлі негізі болып табылады («Айқын», 21 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 1, 3, 7

1. Ұлттық ***құндылықтар*** ұлықталуда. Берекелі бірлік көзі – этносаралық ***келісім*** мен діни түсінікке негізделген бірегей Қазақстандық қоғам қалыптасты («Білімді ел», 13 тамыз 2019)

СИПАТТАМА: 3

1. Біз, «Елдік елге байланысты» қоғамдық форумына қатысушылар, қоғамдық ***келісім*** мен саяси тұрақтылық, этносаралық және конфессияаралық татулық, бірлік пен береке, ұлттық ***құндылықтар*** сияқты қоғам мен мемлекеттің жоғары мүдделерін басшылыққа ала отырып, облыс тұрғындарына Үндеу жолдаймыз («Егемен Қазақстан», 25 қыркүйек 2019)

СИПАТТАМА: 1

1. Қазақстан әрдайым қазақстандық және халықаралық қоғамдастықта бейбітшілік пен ***келісім құндылықтарын*** ілгерілетуге ұмтылады. Содан болар Қазақстан жері өркениеттер диалогінің орнына айналды («Айқын», 16 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 1, 2, 3

1. «Бейбітшілік пен ***келісім*** бізге берілген бақ қана емес, бұл – халқымыздың көпжылдық жасампаз еңбегінің жемісі, кез келген қатерлерден қорғауымыз тиіс байлық пен ***құндылығымыз***», деді Д. Абаев («Егемен Қазақстан», 17 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 1, 5

1. **Рухани *келісім* – біздің ұлттымызға тән үлкенді сыйлау, отбасына, балаларға құрмет, татулық, достық, ауызбіршілік тәрізді ізгі ортақ *қүндылықтар* берік орнықты** («Айқын», 18 қазан 2020)

СИПАТТАМА: 1, 6

1. Тәуелсіздік алған жылдардан бері біздің елімізде этносаралық және конфессияаралық ***келісімнің*** бірегей моделі қалыптасты. Осы бір бағалы ***құндылықты*** мирас етіп ұрпақтан ұрпаққа табыстау әрбір Қазақстан азаматының борышы. Қазақстан отыз жылға жуық заманда қиыннан қиыстырып, ретімен қалыптастырған сара жол, бүгінде оң нәтижелерімен бөлісіп, халықаралық деңгейде насихаттауға тұрарлық әлем мойындаған Қазақ елінің ең бағалы байлығы («Айқын», 28 қараша 2019)

СИПАТТАМА: 3, 5, 7

1. Ассамблея қоғамдық ***келісім*** мәселелерін маңызды ***құндылық*** деп санайтын барлық адамдарды біріктіреді. Олардың қатарында мыңнан астам этномәдени ұйымдар, өңірлердегі «Қазақ тілі» қоғамдары, жастар қозғалыстары, сондай-ақ, республика бойынша 2753 Қоғамдық келісім кеңесі мен 1801 Аналар кеңесі бар («Егемен Қазақстан», 01 мамыр 2020)

СИПАТТАМА: 7

1. Жаңа сын-сынаққа төтеп беру үшін, ең алдымен, ұлттық ***құндылықтарды*** қорғай білген жөн. Ана тілімізді, салт-дәстүрімізді, ұлттық сана-сезімді, қоғамдағы татулық пен ***келісімді***, береке-бірлікті сақтай алмасақ, келер ұрпақ бізді кешірмейді («Білімді ел», 05 мамыр 2020)

СИПАТТАМА: 1, 8

1. Татулық пен ***келісім құндылықтары*** Елбасы Нұрсұлтан Назарбаев саясатының әрдайым аса маңызды басымдықтары екені белгілі. Соның арқасында қоғамымыздың көпэтносты болуы, мәдениеттер мен тілдердің алуан түрлілігі біздің артықшылығымыз бен жетістігімізге, Қазақстан дамуының берік негізіне айналды («Егемен Қазақстан», 12 маусым 2020)

СИПАТТАМА: 1, 2, 3

1. «Ұлтаралық бейбітшілік пен ***келісім*** – біздің ортақ жетістігіміз және көп жағдайда елдегі қоғамдық өмір мен оның жаңа тарихының барысын анықтайтын ұлы ***құндылық***. Бәріміз бірге – біртұтас халықпыз, біздің әрқайсымыз – оның бір-бір бөлшегіміз!» деп айтуға толық құқығы бар («Егемен Қазақстан», 06 шілде 2020)

СИПАТТАМА: 1, 3, 7

1. Елбасы ұсынған бұл ұлттық идеяның ***құндылықтары*** ретінде еліміздің Тәуелсіздігі мен Елордасы; қоғамымыздағы ұлттық бірлік; бейбітшілік пен ***келісім***; зайырлы қоғам және жоғары руханият; индустрияландыру мен иновацияларға негізделген экономикалық өсу; жалпыға бірдей еңбек қоғамы; тарихтың, мәдениет пен тілдің біртұтастығы; ұлттық қауіпсіздік айрықша айтап айтылғаны баршамызға белгілі («Білімді ел», 14 шілде 2020)

СИПАТТАМА: 1, 2, 3, 7

1. Қазақстан халқы Ассамблеясының Төрағасы тәуелсіздік алған күннен бастап халықтың бірлігі, қоғамдағы тұрақтылық пен ***келісім*** еліміздің басты ***құндылығы*** болғанын айтты. Осы орайда биыл 25 жылдығын атап өтіп жатқан Қазақстан халқы Ассамблеясының айрықша рөліне тоқталды («Егемен Қазақстан», 01 қазан 2020)

СИПАТТАМА: 1, 7

1. Сайып келгенде, қоғамның бірлігі мен ұлтаралық ***келісім***, толеранттылық және ортақ тарихи тағдыр сияқты халық ***құндылықтары***, жаңа қалыптасып келе жатқан ұлттық бірлік пен этносаралық өзара құрметтің қазақстандық моделі елдегі жүргізіліп жатқан ұлт саясатының негізіне айналды («Егемен Қазақстан», 09 қараша 2020)

СИПАТТАМА: 1, 3

1. Облыс орталығынан орын тепкен ерекше композиция жер шары түрінде жасалған. Ал, оның айналасында дәрігерлер, полиция қызметкерлері, еріктілер, құтқарушылар және әскерилер сияқты түрлі мамандық иелерінің бейнелері орнатылған. Ескерткіштің жоғарғы жағында еліміздегі бейбітшілік пен ***келісім құндылығын*** бейнелейтін қарлығаштармен қоршалған шаңырақ орналасқан («Егемен Қазақстан», 30 қараша 2020)

СИПАТТАМА: 1

1. Бүгінде еліміздің саяси жүйесінің толыққанды субъектісіне айналған ассамблея этносаралық келісімді, халық бірлігін одан әрі нығайтуға қолайлы жағдай жасап келеді. Елдігіміздің мызғымас ***құндылықтары*** – бейбітшілік пен ***келісімге***, татулық пен бірлікке көптеген мемлекет қызыға қарап, оны қазақстандық модель ретінде танып отыр («Айқын», 15 желтоқсан 2020)

СИПАТТАМА: 1, 3, 7

1. Этносаралық ***келісімді*** сақтау міндеті де жаңаша қойылды, бұл – мемлекеттік органдардың ғана емес, бүкіл қоғамның, әрбір азаматтың дербес жауапкершілігі. Біз шоғырландырушы, біріктіруші факторларды – ортақ ***құндылықтарды***, идеяларды көбейтіп, барлық азаматтардың санасын да бекітуіміз керек («Егемен Қазақстан», 13 қаңтар 2021)

СИПАТТАМА: 2, 4

1. **Биылғы жылы Тәуелсіздіктің 30 жылдығына орай барлық білім беру мекемелерінде қоғамда бірлік пен *келісімді*, өскелең ұрпақтың патриоттық рухын қоғамдық санада Тәуелсіздік пен мемлекеттіліктің *құндылықтарын* нығайтуға, сондай-ақ қоғамды дамудың жаңа мақсаттарына қол жеткізуге жұмылдыруға бағытталған іс-шаралар ұйымдастырылады** («Білімді ел», 15 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 1, 9

1. Себебі бейбітшілік пен ***келісімге***, этностар арасындағы шынайы ризашылыққа, аппақ пейілге, алғаусыз алғысқа ештеңе тең келмейді. Біздің мерекелеп отырғанымыз да осындай ***құндылықтардың*** салтанаты («Егемен Қазақстан», 28 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 1, 3

1. Өзгермелі ортадағы тұрақты негізгі ***құндылық*** – бұл қоғамның бірлігі және ұлтаралық ***келісім*** – болашақ әлемдегі бәсекеге қабілеттілігімізді айқындайтын осы маңызды фактор. Егер қазақтар бірігіп, бірлесе әрекет етсе, халықтың мақсаты сонда ғана орындалады («Білімді ел», 22 сәуір 2021)

СИПАТТАМА: 1, 6

1. Біздің бүгінгі ортақ мүддеміз – ұлтаралық ***келісім*** мен өзара түсіністікті сақтау және нығайту. Осындай дәстүрлі ***құндылықтар*** халқымыздың өмір сүру сапасын арттыра отырып, еліміздің тұрақты және серпінді әлеуметтік-экономикалық дамуының маңызды алғышартына айналды («Егемен Қазақстан», 01 мамыр 2021)

СИПАТТАМА: 3

1. Жаһандық індет бәрімізді сынға салған қазіргі кезеңде жалпыадамзатқа ортақ осы ***құндылықтардың*** маңызы артып, өзара түсіністікті, татулық пен ***келісімді*** нығайтуға септігін тигізуде («Егемен Қазақстан», 02 мамыр 2021)

СИПАТТАМА: 3

1. «Еліміздің егемендігі, аумақтық тұтастығы, оған ешкімнің тиіспейтіні және оның бөлінбейтіндігі, этносаралық ***келісім*** мен халқымыздың бірлігін сақтау және болашақ ұрпаққа жеткізу қажеттігі – басты ***құндылықтар***», деп атап өтті М.Құл-Мұхаммед («Егемен Қазақстан», 13 мамыр 2021)

СИПАТТАМА: 1, 4

1. Ту, Елтаңба және Әнұран халқымыздың: бірлік, бейбітшілік, ***келісім***, достық, еркіндік, болашаққа деген ұмтылыстың ***құндылықтарын*** білдіреді («Білімді ел», 05 маусым 2021)

СИПАТТАМА: 1

1. Жиында сөз сөйлеген ҚР Мемлекеттік хатшысы Қырымбек Көшербаев мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық тұрғыдан табысты болуы халықтың бірлігіне, этносаралық ***келісім*** мен конфессияаралық татулыққа тікелей байланысты екенін ерекше атап өтті. Сондай-ақ ел ішіндегі бейбітшілік пен тыныштық, халықаралық қауымдастық алдындағы жоғары бедел, инвесторлардың сенімі мен экономикалық өсім Елбасы Н.Назарбаев ұсынған бірлік формуласының нәтижесі екенін айтты. Сондықтан Ассамблея өз жұмысында біртұтас Қазақстан халқының ортақ ***құндылықтары*** мен мүдделерін қалыптастыруға басымдық беруі қажет («Егемен Қазақстан», 09 маусым 2021)

СИПАТТАМА: 1, 4, 7

1. Нұр-Сұлтан қаласындағы Достық үйінде Қазақстан халқы Ассамблеясының республикалық Аналар кеңесінің кеңейтілген отырысы өтті. Жиынға қатысушылар елдегі бірлік пен ***келісімді*** нығайтудағы, аза­маттық және отбасылық ***құндылықтарды***, ұлттық дәстүрлерді дамытудағы, мемлекеттік тілді ілгерілетудегі Аналар кеңестерінің рөлін талқылады («Егемен Қазақстан», 23 маусым 2021)

СИПАТТАМА: 1, 4, 7

**Репрезентанты ценности СОГЛАСИЕ**

1. Автор, вспоминая прошлое, оценивая настоящее, указывает читателю, молодому поколению, что яркое будущее нашей страны строится на основе сложившихся за многие годы национальных традиций, приобретения и сохранения таких уникальных ***ценностей***, как независимость и суверенитет, единство и ***согласие***, мир и благополучие, толерантность и открытость («Казахстанская правда», 10 января 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

1. Поэтому молодым гражданам необходимо прививать главные человеческие ***ценности*** – патриотизм, нормы морали и нравственности, принципы межнационального ***согласия*** и толерантности («Казахстанская правда», 17 января 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 9

1. В светлый праздник Наурыз как раз и проявляются все яркие традиции и обычаи казахской культуры и духовности: звучат традиционные песни, исполняются кюи, терме, проходят состязания акынов, молодежь встречается со старшими, забываются все обиды и ссоры. Наурыз символизирует высокие ***ценности***, такие как связь времен и поколений, дружба и ***согласие***, единство, братство, стабильность («Казахстанская правда», 28 марта 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

1. Самые главные ***ценности***, которые должны быть у любого нормального развивающегося государства, – мирная обстановка, взаимопонимание, межкультурное ***согласие*** и взаимовыручка – все это есть в нашей стране, – подчеркнула Махаббат Есен («Образованная страна», 16 апреля 2018) ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3
2. Для нашей огромной республики, где в мире и согласии живут представители более 130 национальностей и 18 конфессий мир и ***согласие*** – это самая большая ***ценность***, которую необходимо беречь и приумножать, – особо выделили они («Образованная страна», 19 октября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 4

1. Заместитель председателя Ассамблеи народа Казахстана Виталий Тварионас подчеркнул, что страна за годы независимости добилась успеха благодаря миру, стабильности и ***согласию***. И это главное достояние и приоритетные ***ценности***, которые нужно сохранить и передать следующему поколению («Литер», 17 апреля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 4

1. Именно так и укрепляется гражданское общество: в успешной самореализации личности, благодаря казахстанской диалектике единства в многообразии и на основе принятия таких ***ценностей***, как толерантность, согласие, единство, ***мир*** («Образованная страна», 02 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

1. Для того, чтобы противостоять новым вызовам, необходимо, прежде всего, уметь защищать национальные ***ценности***. Мы должны сделать все, чтобы сохранить национальное самосознание, мир и ***согласие*** в обществе. Немало трудностей пришлось пройти населению страны за последнее время, но Президент принял верные и важные решения, которые положительно скажутся на развитии государства в дальнейшем («Образованная страна», 08 мая 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3, 4, 5

1. Все эти примеры подчеркивают, как важно беречь мир и ***согласие***. Для нашего региона эти ***ценности*** имеют особое значение, так как специфика области обусловлена полиэтническим и поликонфессиональным составом населения, – считает Гайса Хамидуллович («Литер», 12 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 4

1. Программа ориентирована прежде всего на возрождение и укрепление традиционных духовных ***ценностей*** казахстанцев, консолидацию общества вокруг базовых национальных идеологем, закрепленных в Конституции, таких как казахстанский патриотизм, национальная идентичность, общественное ***согласие*** («Казахстанская правда», 06 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6, 7

1. Общенациональное единство, мир, стабильность и ***согласие*** в нашем обществе, экономический и технологический рост на основе цифровой экономики и инноваций, общественная безопасность – основные ***ценности*** для каждого гражданина Казахстана, независимо от национальности и вероисповедания, готового строить нашу общую процветающую Родину («Казахстанская правда», 18 октября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3

1. И основное направление в ней – выстраивание заслона деструктивным религиозным течениям, которые сводят на нет историю и традиции народа, – отметил Рахмет Есдаулетов. – В противовес таким идеологиям мы выставляем духовные ***ценности*** казахстанского общества: мир и стабильность в стране, межконфессиональное и межнациональное ***согласие***, открытый диалог культур и взаимоуважение представителей разных этносов («Казахстанская правда», 31 октября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 5, 8

1. Казахстан завоевал заслуженный авторитет как государство, считающееся оплотом мира, межнационального и межконфессионального ***согласия***, как страна, открытая миру, стремящаяся распространять идеи гуманизма и созидания. Формирование такого имиджа государства, укрепление в обществе этих ***ценностей*** стало результатом эффективного продвижения идеологии, имеющей, по сути, глубинные истоки народной мудрости, культуры, общественной дипломатии и степной цивилизации («Казахстанская правда», 12 декабря 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8

1. Существует так называемый разрыв поколений. И если раньше говорили «елу жылда ел жаңа», то есть раз в 50 лет сменяются поколения, формируется другое мировосприятие, то сегодня этот разрыв сократился в 2 раза. Молодежь 25 лет назад и сегодня совершенно разная. При этом очень важно, чтобы при всех переменах общие базовые ***ценности*** оставались неизменными, и в этом задача общества. Важное место среди этих ценностей занимают общественное ***согласие*** и общенациональное единство («Казахстанская правда», 12 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7

1. Если говорить о казахстанской молодежи и ее восприятии идей межэтнического и межконфессионального ***согласия*** и толерантности, то с полной уверенностью могу сказать: наше молодое поколение неотделимо от казахстанского общества в целом, оно воспитано на тех же ***ценностях*** («Казахстанская правда», 20 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7

1. Единство, скрепленное сложившимися между разными этносами узами дружбы и общей исторической памятью, межэтническое и межконфессиональное ***согласие*** на основе взаимного уважения – ключевые ***ценности***. И они должны служить основой для воспитания молодого поколения казахстанцев («Казахстанская правда», 20 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7

1. В своих программных документах Глава государства отмечает, что межэтническое ***согласие*** и общенациональное единство являются основополагающими ***ценностями*** и «ключами к будущему Казахстана» («Казахстанская правда», 20 февраля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

1. Наурыз – поистине один из самых любимых праздников казахстанцев. В нем нашли свое отражение замечательные народные традиции и ***ценности*** Великой степи – взаимоуважение, солидарность, милосердие, единство и ***согласие*** («Казахстанская правда», 21 марта 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

1. Наурыз мейрамы олицетворяет дружбу и ***согласие***. Именно эти непреходящие ***ценности*** лежат в основе процветания нашей страны и ее столицы («Казахстанская правда», 21 марта 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

1. Но в этом мире переменных величин есть одна постоянная фундаментальная ***ценность*** – это единство общества и межнациональное ***согласие***. Ценность, ставшая нам привычной, как воздух, которым мы дышим. Именно этот важнейший фактор определяет нашу конкурентоспособность в будущем мире («Казахстанская правда», 30 апреля 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 4

1. Сегодня каждый казахстанец, независимо от его этнической принадлежности, чувствует себя частью единой большой семьи. Единство и ***согласие*** – это ***ценности***, которые наш народ сберег даже в годы самых тяжелых испытаний («Казахстанская правда», 01 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5

1. Этот весенний праздник, играющий важную роль в укреплении межэтнических отношений, давно стал одним из самых любимых в обществе. Как отметил глава региона Аскар Мырзахметов, за годы независимости он наполнился новым содержанием и смыслом, напоминая всем, что единство, ***согласие*** и мир в общем доме – незыблемые ***ценности*** для процветания страны («Казахстанская правда», 03 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

1. Придя в Парламент, он начал осваивать новые горизонты жизни республики. Их много. В первую очередь глубоко прочувствовал, как важно компетентно и внимательно работать с избирателями, населением, со­циальными проблемами. И конечно же, понимать значение беспрерывной работы по обеспечению стабильности, единства и ***согласия*** в обществе. Лишь сохраняя и укрепляя эти ***ценности***, можно говорить об экономических реформах и достижении других созидательных целей («Казахстанская правда», 14 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4

1. Мнение каждого гражданина, проголосовавшего 9 июня, очень важно – потому что дружба, ***согласие***, мир и единство народа – наши главные ***ценности***. Наш общий долг – беречь как зеницу ока эти ценности («Казахстанская правда», 12 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. Слова Президента о том, что мы все разные, но страна у нас едина, найдут самый теплый отклик у всех жителей большой республики. Мир и ***согласие*** – это те ***ценности***, которыми мы дорожим с особым трепетом («Казахстанская правда», 13 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. Глава государства призвал молодежь всегда ориентироваться на общие, объединяющие всех казахстанцев, ***ценности***: созидательный труд, мир и ***согласие***, единство народа, гордость за Родину, сопричастность к ее великой судьбе («Казахстанская правда», 19 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 9

1. Как отметил, открывая заседание, заместитель Председателя ассамблеи – заведующий Секретариатом АНК Администрации Президента РК Жансеит Туймебаев, одной из главных ***ценностей*** для народа Казахстана было и остается общенациональное ***согласие*** («Казахстанская правда», 20 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 7

1. Этот день призван сохранять и беречь такие общечеловеческие ***ценности***, как мир, единство и ***согласие***. Отрадно, что Курбан-айт и другие религиозные праздники способствуют укреплению духовно-нравственных основ общества и находят свое отражение в чистоте помыслов и добрых поступках людей («Казахстанская правда», 11 августа 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 6

1. «Если в мирные дни мы не можем сохранить благополучие, единство нашего народа, то это вызов нашему государству. Межэтническое ***согласие***, стабильность в обществе – наши главные ***ценности***. Люди должны быть спокойны за свою безопасность. Полиция должна доказывать то, что она охраняет правопорядок не на словах, а на деле», – убежден Касым-Жомарт Токаев («Казахстанская правда», 29 октября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4, 7

1. У проекта высокая миссия – донести до жителей других стран общенациональные ***ценности*** казахстанцев, заключающиеся в единстве и ***согласии***, ознакомить с программным документом «Рухани жаңғыру», с трудами Елбасы («Казахстанская правда», 29 ноября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

1. Все мы стремимся поддерживать мир, межконфессиональное и межэтническое согласие, которые царят в нашей стране. И в этом единстве – сила нашего общества. Пусть этот праздник способствует дальнейшему сохранению наших главных ***ценностей*** – общественного ***согласия***, мира, единства – и будет наполнен добрыми чувствами и поступками («Казахстанская правда», 09 января 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2

1. Современное казахстанское общество сохраняет традиции поколений, которым никогда не было свойственно проявление ксенофобии и антисемитизма. Напротив, межнациональное ***согласие*** и толерантность – это те непреходящие ***ценности***, которыми мы по праву гордимся, – отметил директор Библиотеки Первого Президента РК – Елбасы Амерхан Рахимжанов («Казахстанская правда», 11 февраля 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 8

1. Совершенно убедительно и своевременно прозвучали слова Елбасы о том, что «не существует той вершины, которую бы не смогло покорить единство и ***согласие***». Эти ***ценности*** лежат в основе независимости, доказаны опытом практической реализации всех реформ в нашей стране («Казахстанская правда», 09 апреля 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2, 3

1. Ключевые достижения нашей страны стали возможными благодаря сплоченности, дружбе и солидарности представителей всех этнических групп, составляющих единый народ Казахстана. Такие непреходящие ***ценности***, как мир и общественное ***согласие***, являются основой стратегического курса современного Казахстана, основателем которого является Первый Президент – Елбасы Нурсултан Назарбаев («Казахстанская правда», 01 мая 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3, 7

1. «Для того, чтобы противостоять новым вызовам, необходимо, прежде всего, уметь защищать национальные ***ценности***. Если мы не сможем сохранить родной язык, традиции, национальное самосознание, мир и ***согласие*** в обществе, то будущее поколение не простит нас за это», - подчеркнул Касым-Жомарт Токаев («Казахстанская правда», 05 мая 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 8

1. Мы должны превыше всего ценить единство и ***согласие***, являющиеся гарантом стабильности и нашего развития. Думая о государственных интересах, мы должны сохранить преемственность и не растерять наши ***ценности*** и достижения («Казахстанская правда», 10 августа 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. «Nur Otan» – это партия центристская, олицетворение курса на стабильность и ***согласи***е. В современных условиях, с учетом опыта соседей, эти ***ценности*** очень нужны нашему обществу. Кампания по открытым праймериз показала, что «Nur Otan» пошел на обновление кандидатского корпуса, получил опыт дебатов и готов к более открытой кампании.(«Казахстанская правда», 22 октября 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3

1. Президент Касым-Жомарт Токаев отметил три самые главные ***ценности*** нашего народа. Это бескрайние земли, раскинувшиеся от Алтая до Атырау и от Алатау до Сарыарки, драгоценный язык, который мы впитали с молоком матери, и оберегающие наш народ ***согласие*** и единство («Казахстанская правда», 06 января 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2

1. Мир и ***согласие*** – эти ***ценности*** для Западно-Казахстанской области имеют особое значение. Специфика региона обусловлена полиэтническим и поликонфессиональным составом населения, а также приграничным расположением. Тем значительнее и масштабнее работа, проводимая областной Ассамблеей народа Казахстана. Благодаря этому созданному Лидером нации уникальному институту, ставшему символом сплоченности и единства, сегодня западноказахстанцы, представляющие свыше 80 этносов, живут одной дружной семьей («Казахстанская правда», 02 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3, 7

1. В ходе заседания участники обсудили консолидирующее значение 30-летия Независимости и праздника Дня благодарности, учрежденного Первым Президентом Казах­стана – Елбасы, отображающих казахстанские ***ценности*** – народное единство и ***согласие***, социальную солидарность и взаимную поддержку, передачу традиций дружбы новым поколениям («Казахстанская правда», 02 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

1. «Праздник, появившийся в календаре по инициативе Елбасы, возвеличивает мир и стабильность, ***согласие*** и дружбу, единство и благополучие. Очевидно, что эти извечные ***ценности*** очень важны, особенно в такой непростой период, как сейчас. Поэтому и Глава государства придает этой дате особое значение», – сказал спикер Сената («Казахстанская правда», 02 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 6, 7

1. – Уверен, что Марафон добрых дел, инициированный Главой государства, объединит людей из разных сфер и всех уголков региона, – сказал аким Павлодарской области Абылкаир Скаков. – Думаю, начатые добрые дела обязательно помогут казахстанцам, которым необходима наша поддержка. В этом году наша страна отмечает 30-летие Независимости, и организация такой благородной акции – лучший способ отметить юбилей. Ведь именно добрые поступки, единство и ***согласие*** – главные ***ценности*** независимого Казахстана и его граждан («Казахстанская правда», 03 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3

1. За годы независимости этот день стал ярким символом консолидации, а также еще одним свидетельством того, что единство, стабильность и межнациональное ***согласие*** являются фундаментом гармоничного развития государства и залогом больших побед. Важно беречь и укреплять эти главные ***ценности*** нашей Независимости вопреки всем вызовам и угрозам, встающим перед страной («Казахстанская правда», 21 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4, 8

1. – На самом деле национальных ценностей великое множество. И мы пытались систематизировать основные из них, большей частью из числа государствообразующих, опорных для нации. Но сразу подчеркну: исследования в этой области никогда не должны прекращаться, здесь предстоит еще очень много сделать... Четвертая группа ***ценностей*** получилась весьма обширной. Сюда включены национальные традиции казахского народа, семейные ценности, воспитание патриотизма, межэтническое и межконфессиональное ***согласие***  («Казахстанская правда», 05 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2, 3

1. – Суверенитет страны, территориальная целостность, неприкосновенность и неотчуждаемость своей территории, межэтническое ***согласие*** и единство нашего народа – вот главные ***ценности***, которые необходимо сохранить и передать будущим поколениям, – отметил Мухтар Кул-Мухаммед («Казахстанская правда», 13 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. Особую значимость государственных символов для страны, для нашей независимости отмечал Президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев: «Герб, флаг и гимн олицетворяют высшие ***ценности*** нашей Независимости – мир, единство, ***согласие***, прогресс» («Литер», 04 июня 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

**ПРИЛОЖЕНИЕ В**

**Репрезентанты ценности ОТАНСҮЙГІШТІК**

1. Екінші басымдық – жастардың әлеуетін дамытып, жас буын арасында ***патриотизмді*** арттыру. Бұл жердегі ең басты мақсат жастар арасында дұрыс ***құндылықтарды*** дәріптеу, патриот, санасы ашық, бәсекеге қабілетті Қазақстанның жас буынын тәрбиелеу («Айқын», 01 мамыр 2019)

СИПАТТАМА: 8

1. Бүгінде білім саласына, әлеуметтік жағдайға, руханият әлеміне түбегейлі өзгеріс керек. Жастарға деген қолдаудың тың бағытын тапқанымыз жөн. Жастардың ойы қазір сан сақта. Оларға жүйелі бағыт-бағдар керек. Бірлікті, ұлттық ***патриотизмді***, ел мен жерге деген сүйіспеншілікті күшейтіп, халық пен зиялы қауымның арасын жақындату қажет деп ойлаймын. Білім саласындағы жемқорлық мені ақын ретінде де, азамат ретінде де алаңдатады. Жаңа министр көп дүние жасап жатыр. Осы жұмыс ары қарай жанданып, елдің болашағы – бүгінгі балаларға берілетін білім мен тәрбиенің тіні жанданса. Ұлттық ***құндылықтарымызды*** құнттасақ («Айқын», 13 маусым 2019)

СИПАТТАМА: 2, 8

1. Мемлекет басшысы «Қазақстан ***патриотизмі***» ұғымы бәріміз үшін ұлттық ***құндылық*** болуы қажет екеніне, бүкіл идеология Отанды шексіз сүюге бағытталу керегіне тоқталып, еліміздегі жастар ұйымдарын осы игі бастамаға жұмылуға шақырды («Айқын», 11 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 3, 4, 5, 8

1. Парасаттылық, ***отансүйгіштік***, адамгершілік қасиеттерін халықтың санасына сіңіру – сауабы мол абыройлы миссия. Ислам дінінің осындай ізгі ***құндылықтары*** еліміздегі мұсылмандар қауымын біріктіріп, ынтымағын арттырып отыр («Айқын», 24 қазан 2019)

СИПАТТАМА: 1

1. Ал эстафетаның өзіне келер болсақ, оның мақсаты – Ұлы Отан соғысында Отанын жанқиярлықпен қорғаған қазақстандық жауынгерлердің ерлігіне құрмет көрсету; есімдерін ел есінде сақтау; майдан даласында қаза тапқан әр солдаттың ерлігіне бас ию; жастардың, ішкі істер органдары қызметкерлері мен Ұлттық ұлан әскери қызметшілерінің бойына ***отансүйгіштік құндылықтарды*** сіңіріп, патриотизмге тәрбиелеу; әскери борыштарын үлгілі атқаруға ықпал ету; Қазақстан халқының батырлық тарихына құрметпен қарау («Егемен Қазақстан», 05 ақпан 2020)

СИПАТТАМА: 6, 7, 8

1. **Мәңгілік Ел – тәуелсіз мемлекетте тұратын барша азаматтарды ортақ мақсатка сай біріктіретін үлкен күш, ешқашан таусылмас қуат көзі. Ол** «**Қазақстан-2050**» **Стратегиясының ғана емес, XXI ғасырдағы Қазақстан мемлекетінің мызғымас идеялық тұғыры! Жаңа Қазақстандық *патриотизм* дегеніміздің өзі – Мәңгілік Ел! Ол – барша Қазақстан қоғамының осындай ұлы *құндылығы*** («Білімді ел», 10 ақпан 2020)

СИПАТТАМА: 3, 4

1. Нұрлан Нығматулиннің пікірінше, Қазақстан халқына тән қоғамдық келісім мен ***патриотизм*** тұрғылықты елдің даналығы мен нағыз ***құндылықтарды*** сақтауға және нығайтуға бағытталған мемлекеттің ерекше ықыласын білдіреді («Айқын», 01 мамыр 2020)

СИПАТТАМА: 1, 4

1. Рухани байлық, ***патриотизм құндылығы***, мемлекеттік тілді дамыту – елдің жетістікке жетуінің кепілі. Егер азаматтарымызды Отанға деген махаббат, тарих пен ата-баба мұрасына құрмет, тұлғалық дамуға ұмтылыс және айналасындағы жандарға жанашырлық қасиеттері жұмылдыратын болса, еліміз кез келген қиындықты еңсеріп, алда тұрған мақсаттарға еркін қол жеткізеді («Егемен Қазақстан», 12 маусым 2020)

СИПАТТАМА: 11

1. **Сонымен бірге** «**Мәңгілік Ел» Қазақстан халқының жалпы ұлттық идеясының жүзеге асуын қамтамасыз ету мақсатындағы *құндылықтар*: қазақстандық *патриотизм* мен азаматтық жауапкершілік, сыйластық, бірлесе жұмыс жасау, еңбек және шығармашылық, ашықтық, өмір бойы білім алу тәрбиесінің негізгі құндылықтарына негізделіп, балаларды мейірімділікке, ізеттілікке, қайырымдылыққа тәрбиелейді** («Білімді ел», 16 маусым 2020)

СИПАТТАМА: 1

1. Бауыржан Момышұлының мұрасы ерлік пен тәртіпке, ***патриотизмге*** толы, өмір жолы ар-намыс, әділдік және адамгершілік қағидаларына негізделген. «Адалдық сағатының» ұйымдастырушылары аталған ***құндылықтарды*** жастардың бойына сіңіру арқылы адал еңбек пен рухани адамдық қасиеттер жоғары бағаланатын, жемқорлықсыз парасатты қоғам құруға болады деп сенім білдіреді («Егемен Қазақстан», 14 қазан 2020)

СИПАТТАМА: 1, 2, 11

1. Ұлттық ***құндылықтарымызды*** Қазақстанның әрбір азаматының санасына енгізу және орнықтыру қажет. Бүгінгі дөңгелек үстелдің де көздеген мақсаты осы. Бірлесе, іргемізді ыдыратпайтын, ұлттық құндылықтарымызды ұлықтайтын көзқарас қажет. Әрбір Қазақстан азаматының бойына ұлттық ***патриотизмді*** қалыптастыратын жолдарды айқындап берген дұрыс болар еді. Сонда ғана тәуелсіз елімізде ұлттық құндылықтарымызды күнделікті өмірге енгізе аламыз», деді Бақытжан Жұмағұлов («Егемен Қазақстан», 18 қараша 2020)

СИПАТТАМА: 11

1. Парасаттылық – қоғамдағы саяси, сондай-ақ әлеуметтік және экономикалық тұрақтылықтың негізі. Ол адалдық, әділдік, сатылмаушылық, заңға құрмет, ***патриотизм*** сияқты ***құндылықтарды*** біріктіреді. Парасатты қоғамда азаматтар ережелерді өздері үшін емес, ортақ игілік үшін ұстанады, жеке емес, қоғамдық мүдделерге басымдық береді («Егемен Қазақстан», 31 желтоқсан 2020)

СИПАТТАМА: 1

1. Біз жастарымызды ***патриотизм*** рухында тәрбиелеуді идеологиямыздың басты міндеті деп санаймыз. Біз болашақ ұрпағымызды моральдық-адамгершілік, мәдени, рухани ***құндылықтар*** рухында тәрбиелеуге тиіспіз, – деді кандидат Светлана Кан («Егемен Қазақстан», 08 қаңтар 2021)

СИПАТТАМА: 8

1. Өткенді объективті түрде қайта жаңғырту, тарихи бағамдар мен түсіндірмелерге бейтарап талдау жасау, жаңартылған деректанулық база әзірлеу – тарих туралы оқулықтардың жаңа толқынының жетекші қағидаттары болуы тиіс. Бұл жас қазақстандықтардың білімін дұрыс жүйелеуге, олардың жалпыадамзаттық қағидаттарға көзқарасын нығайтуға, толеранттылыққа, халықтар арасындағы өзара түсіністікке, ұлттық рухқа, ***патриотизмге*** байланысты ***құндылық*** бағдарларын қалыптастыруға ықпал ететін болады («Егемен Қазақстан», 13 қаңтар 2021)

СИПАТТАМА: 1, 4, 8, 11

1. Оқушыларды кітап оқуға қызықтыру арқылы ***отансүйгіштікке***, ұлтжандылыққа және мейірімділікке баули отырып, ұлттық ***құндылықтарға*** ие жеке тұлға тәрбиелеу гимназия кітапханасының өзекті ісі («Білімді ел», 09 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 1, 2

1. «**Мәңгілік Ел» идеясын білім беру мен тәрбиелеуде іске асыру тетіктеріне білім беру *құндылықтарына* қазақстандық *патриотизм* және азаматтық жауапкершілікті, ашықтық пен ынтымақтастықты қалыптастыру, өмір бойы білім алу және тағы да басқалар жатады** («Білімді ел», 11 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 4, 5, 8

1. Қазақ әдебиеті мен Қазақстан тарихы пәндерін кіріктіру білім алушылардың өз елінің тарихына, әдебиетіне қызығушылығын арттырып, адамгершілік, құрмет, жауапкершілік, ***отансүйгіштік құндылықтарын*** қалыптастырады («Білімді ел», 17 ақпан 2021)

СИПАТТАМА: 1, 2, 4

1. «Әңгіме жақын келешекте реформалар жүзеге асырылатын он бағыт туралы болып отыр: әділ әлеуметтік саясат, денсаулық сақтаудың қолжетімді және тиімді жүйесі, сапалы білім беру, азаматтардың мүдделерін қорғауға арналған әділ және тиімді мемлекет, мемлекеттік басқарудың жаңа моделі, ***патриотизм құндылықтарын*** дәріптеу, ұлттық қауіпсіздікті нығайту, әртараптандырылған инновациялық экономика құру, экономикалық және сауда дипломатиясын белсенді дамыту және теңгерімді аумақтық даму» делінген хабарламада («Егемен Қазақстан», 09 наурыз 2021)

СИПАТТАМА: 4

1. Бізде тұтынушы қоғамды қалыптас­тырып отырған мұндай ағымдарға қарсы тойтарыс беретін рухани күштердің қайнар көзі қайда? Жасампаз рухани күштердің тиімді тетіктері қандай деген сұрақтар туындайды. Әрине, ойға бірден оралатын ***құндылықтар***, ол – ***отансүйгіштік***, патриотизм, ар, намыс, ұят, әділеттілік, парасаттылық, білім­паздық, еңбекқорлық, достық, өзара сый­ластық, өзара көмек, мәдениет­тілік және т.б. құндылықтар. Аталған құн­дылықтарды қоғам санасына сіңірмей тәуелсіздіктің қадір-қасиетін түсіну әсте мүмкін болмайтыны сөзсіз («Егемен Қазақстан», 14 сәуір 2021)

СИПАТТАМА: 1, 3

1. Білім берудегі ***құндылықтар***: қазақстандық ***патриотизм***, азаматтық жауапкершілік, құрметтеу, ашықтық, еңбек және шығармашылық, өмір бойы білім алу («Білімді ел», 23 сәуір 2021)

СИПАТТАМА: 1, 2

1. **Өз елінде шыққан бренд аталатын қазіргі ұғымның *патриотизм*, ұлттық *құндылық* жағынан орны осында** («Білімді ел», 30 сәуір 2021)

СИПАТТАМА: 3

1. «Қазақстандық отбасылар – 2020» ұлттық баяндамасында қазақстандықтар өз балаларында қалыптастыруға ұмтылатын негізгі ***құндылықтар*** еңбекқорлық (64,1 %), үлкендерге құрмет (54,9 %), өзін-өзі құрметтеу (28,5 %), өзіне сенімділік (20,6 %) және ***патриотизм*** (16,4 %) болып табылатыны атап өтілді («Егемен Қазақстан», 15 мамыр 2021)

СИПАТТАМА: 1

1. Қазақстандық ***патриотизм*** – Ата Заңымызда бекітілген ***құндылық***. Ел Конституциясы 1-бабының 2-бөлімінде қазақстандық патриотизм – Қазақстан Республикасы қызметінің, өмір сүруі мен дамуының түбегейлі принциптерінің бірі екені көрсетілген («Егемен Қазақстан», 18 маусым 2021)

СИПАТТАМА: 1

1. Сондықтан мектептегі білім берудің жаңа мемлекеттік жалпыға міндетті стандарттарында (МЖМБС) құндылықтар айқындалғаны заңды болып көрінеді. Бұл елдегі білім беруді стандарттау тарихында алғаш рет болып отырған құбылыс. Стандарттар қазақстандық ***патриотизм*** және азаматтық жауапкершілік, құрмет, ынтымақтастық, ашықтық, еңбек пен шығармашылық, өмір бойы білім алу. Басқа сөзбен айтқанда, мектептің білім беру жүйесінде осы ***құндылықтардың*** қолданылуын қамтамасыз ету Қазақстан идеологиясының мәнін құрайды («Егемен Қазақстан», 29 маусым 2021)

СИПАТТАМА: 2, 5

1. Елордалықтардың 91%-і өмірдің ең маңызды ***құндылығы*** отбасы деп санайды. 41 %-і ***патриотизмді*** еліне деген сүйіспеншілік, құрмет және мақтаныш сезімі есептесе, жастардың 32 %-і әскерде қызмет етуге, Отанын қорғауға дайын екенін жеткізген («Егемен Қазақстан», 03 шілде 2021)

СИПАТТАМА: 5

1. «Дәстүрге айналған дүбірлі дода төл өнерімізді әлемге танытты. ЮНЕСКО ұйымы қазақ күресін адамзаттың материалдық емес мәдени мұрасының тізіміне қосуы – осының айқын көрінісі. Балуандардың өнері жастардың спортқа қызығушылығын оятып, өскелең ұрпақты ***отансүйгіштік*** рухта тәрбиелеуге жол ашады. Бүгінгі байрақты бәсекеде балуандарымызға сәттілік тілеймін. Ұлттық ***құндылықтарымыз*** айшықтала берсін», — деп жазылған Президенттің құттықтау хатында («Айқын», 04 шілде 2021)

СИПАТТАМА: 3

1. «Енді Қазақстан мұсылмандары діни басқармасының телевизия саласындағы ақпараттық-насихат жұмыстары осы MUNARA TV телеарнасы арқылы таратылады. MUNARA TV халықтың діни сауатын арттыруды, жас көрермен бойына имандылық, адамгершілік, патриотизм сынды құндылықтарды қалыптастыруды көздейді», делінген діни басқарма таратқан ақпаратта («Егемен Қазақстан», 28 шілде 2021)

СИПАТТАМА: 1

**Репрезентанты ценности ПАТРИОТИЗМ**

1. Это вопросы формирования конституционной идентичности, конституционного патриотизма, являющихся, кстати, составляющими казахстанского ***патриотизма***, который, как уже было сказано, выступает важной конституционной ***ценностью***, и о необходимости его развития сказано в Послании Президента народу Казахстана («Казахстанская правда», 21 февраля 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 5

1. Вспоминая военные годы, Алтынай-апа отметила, что Победа была завоевана благодаря единству и ***патриотизму*** людей. Эти ***ценности*** важны во все времена («Казахстанская правда», 10 мая 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8

1. Вместе с тем в новом веке необходима новая ответственность, что требует культивирования ценностей, соответствующих современному духу казахстанского развития, новым глобальным трендам и экономическим вызовам современности. «Быть ***патриотом*** – это носить Казахстан в своем сердце» – так определил эту ***ценность*** Глава государства («Образованная страна», 22 июня 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 4

1. Программа ориентирована прежде всего на возрождение и укрепление традиционных духовных ***ценностей*** казахстанцев, консолидацию общества вокруг базовых национальных идеологем, закрепленных в Конституции, таких как казахстанский ***патриотизм***, национальная идентичность, общественное согласие («Казахстанская правда», 06 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4, 5

1. Оформленная в Конституции действующая система социально-правовых ***ценностей***, базовыми из которых являются независимость, ***патриотизм***, национальные интересы, получила свое дальнейшее развитие в рамках проектов «Туған жер» и «Сакральная география» («Казахстанская правда», 06 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. Участниками конкурса являются представители семей, воплотивших в себе высокие духовные ***ценности*** *–* ***патриотизм***, трудолюбие, отзывчивость и милосердие, – напомнили в Акорде («Казахстанская правда», 09 сентября 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 6

1. В результате у воспитанников формируется система ***ценностей***, о которых говорит Президент Казахстана в статье «Семь граней Великой степи»: «Воспитание чувства гордости за свою историю, воспитание ***патриотизма*** должны начинаться со школьной скамьи» («Казахстанская правда», 13 декабря 2018)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 4, 8

1. Как любовь к Родине, ***патриотизм*** – универсально понятная ***ценность***, так и гражданство – универсально понятная идентичность. Принадлежность к одной конкретной стране делает миллионы людей, относящихся к самым разным этносам, религиям и культурам, представителями единого сообщества. В нашем случае – сообщества граждан Казахстана («Казахстанская правда», 01 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3

1. Вспоминая военные годы, ветераны отметили, что победа была завоевана благодаря единству и ***патриотизму*** советских людей. Эти ***ценности*** важны во все времена. Со слезами на глазах аксакалы пожелали, чтобы молодое поколение никогда не испытало тех трудностей, с которыми они столкнулись много лет назад («Казахстанская правда», 09 мая 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 7

1. Завершая выступление, Нурсултан Назарбаев­ отметил, что любая страна – это не только экономика и территория, а государственность – это в первую очередь независимость, ***патриотизм*** и дух народа. – Я старался всегда почитать и сохранять эти священные ***цен­ности.*** Все силы приложил к тому, чтобы повышать авторитет родной страны. Верю, что будущее поколение и через 30 лет будет беречь эти ценности как зеницу ока и престиж страны станет еще выше! – сказал Первый Президент Казахстана («Казахстанская правда», 24 июня 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3, 4

1. Отметим, что отличительной особенностью нового стандарта образования является его ценностная ориентация. Базовыми ***ценностями*** школьного воспитания становятся казах­станский ***патриотизм*** и гражданская ответственность, уважение и сотрудничество, труд, творчество, открытость, образование в течение всей жизни («Казахстанская правда», 12 сентября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2, 4

1. Что касается концепции. Она, в первую очередь, соответствует всем требованиям образования. Там, помимо географических знаний, есть такие ***ценности***, как казахстанский ***патриотизм***, гражданская ответственность («Литер», 21 сентября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2, 4

1. Глава государства отметил, что понятие «казахстанский ***патриотизм***» для всех должно быть национальной ***ценностью***, вся идеология должна быть направлена на формирование безграничной любви к Родине, и призвал молодежные организации страны поддержать эту благородную инициативу («Казахстанская правда», 11 октября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 5

1. Я уверен, что он станет хорошим инструментом в идеологической подготовке, будет пропагандировать такие важные ***ценности*** нашего общества, как дружба, ***патриотизм***, уважение к старшим и преемственность поколений... Очень надеюсь на творческий успех этого фильма, – подчеркнул министр и пожелал новых высот съемочной группе («Казахстанская правда», 18 ноября 2019)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. «Важно усилить воспитательный компонент процесса обучения. ***Патриотизм***, нормы морали и нравственности, межнациональное согласие и толерантность, физическое и духовное развитие, законопослушание. Эти ***ценности*** должны прививаться во всех учебных заведениях, независимо от формы собственности», – отметил Елбасы в Послании, озвученном в январе 2012 года («Казахстанская правда», 20 марта 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 2, 8

1. Спикер Мажилиса отметил, что этот праздник занимает особое место в культуре нашей страны, потому что несёт в себе большое созидательное значение. По мнению Нурлана Нигматулина, присущие народу Казахстана общественное согласие и ***патриотизм*** свидетельствуют о мудрости живущих здесь людей и особом внимании государства к сохранению и укреплению этих важнейших ***ценностей*** («Казахстанская правда», 01 мая 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. Приверженность таким ***ценностям*** Независимости, как высокий ***патриотизм***, гражданственность, взаимопонимание и согласие, позволяет казахстанцам добиваться успехов и противостоять сегодня вызовам современности, – подчеркнул Нурлан Нигматулин («Казахстанская правда», 16 декабря 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 10

1. Сначала – дело, личное – потом. Это основной жизненный посыл, которым я и мои коллеги всегда руководствовались в работе, – говорит заслуженный транспортник. – У нас были взаимоуважение, стремление к профессиональному росту, моральные стимулы, было желание работать на страну, реальный ***патриотизм.*** Очень хочется, чтобы эти ***ценности*** переняло и новое поколение («Казахстанская правда», 31 декабря 2020)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 8

1. Духовной основой любого общества является опора на традиционные ***ценности***: уважение к языку и культуре, нравственность, семья, связь поколений, ***патриотизм*** и толерантность. Мы должны вдохновляться истинным патриотизмом и вместе работать над укреплением нашей священной Независимости («Казахстанская правда», 14 января 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3, 4

1. Вот и нашему активно развивающемуся независимому Казахстану нужны креативно мыслящие, интеллектуально и духовно развитые люди. Молодым гражданам нашей страны необходимо прививать главные человеческие ***ценности*** – ***патриотизм***, нормы морали и нравственности, принципы межнационального согласия и толерантности, молодежь надо духовно развивать, помогая им стать подлинно культурными личностями («Казахстанская правда», 12 февраля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 8

1. Как отметили участники встречи, поэзия Жамбыла отличалась конкретностью изображения жизни того времени, эмоциональной и психологической насыщенностью и в то же время простотой повествования. Она базируется на общечеловеческих ***ценностях***. Ключевыми для его стихотворений стали такие понятия, как ***патриотизм***, любовь к народу, труду, стремление к счастью, доброте и толерантности («Казахстанская правда», 17 февраля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1

1. Есть непреходящие ***ценности***. Ни в коей мере не утратили своего значения для победы в настоящем бою идейная убежденность, любовь к Родине, верность воинскому долгу и присяге. Основу всего этого составляет ***патриотизм*** («Казахстанская правда», 17 февраля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

1. Согласие, дружба, ***патриотизм*** – благодаря этим ***ценностям***, последовательно защищаемым и укрепляемым Елбасы Нурсултаном Назарбаевым с первых лет Независимости, в Восточном Казахстане решают самые сложные задачи («Казахстанская правда», 26 февраля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4

1. Спикер Мажилиса подчеркнул, что созидательный труд многонационального народа Казах­стана стал верным залогом всех успехов, которых наша страна достигла за 30 лет Независимости. И сегодня, в это непростое время, казахстанцы, как и всегда, демонстрируют ***патриотизм***, единство и силу духа. Укрепление стабильности и общена­циональных ***ценностей*** лежит и в основе курса Главы государства Касым-Жомарта Токаева («Казахстанская правда», 02 марта 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4

1. И в детях, особенно на первых этапах обучения, когда им не нужны и не интересны политические основы, развиваются истинный ***патриотизм*** и уважение к другим народам. Ребенок, видя разноцветие культур, ощущает и себя частью этого единения. У него закладываются маленькие кирпичики правовой культуры, ведь наша родная страна – многонациональная. Все мы разные, но у нас есть общие ***ценности*** («Казахстанская правда», 30 апреля 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 8

1. Анимационные герои будут говорить на трех языках и разъяснять всё в доступной и интересной форме. Сценарий проекта основан на книгах отечественных авторов, иллюстрации к которым рисовали внуки известного художника Абылхана Кастеева. Новые книги о важных для Казахстана общечеловеческих ***ценностях*** – дружба народов, ***патриотизм*** и уважение к государственному языку («Образованная страна», 09 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: **7**

1. ***Патриотизм*** – это прежде всего ***ценности***, которые находятся в сердце и в сознании каждого гражданина. Перед этими ценностями все должны быть равны («Литер», 15 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 9

1. Доктор социальной философии считает, что сегодня быть просто философом недостаточно, поэтому практическая философия для нее – это журналистика. – В этой сфере я могу воплотить в жизнь идеи и донести нравственные ***ценности*** до широкой аудитории. Моя цель – привить казахстанцам любовь к природе и родному краю. Кстати, во время встречи с победителями проекта «100 новых лиц» Президент Касым-Жомарт Токаев отметил, что для нашей страны важен деятельный ***патриотизм***, – говорит Мадина («Казахстанская правда», 24 мая 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 4

1. Как было отмечено на встрече, эти ***ценности*** – ***патриотизм***, открытость новому, взаимное уважение, межэтническое согласие, стремление к знаниям. Для того чтобы они не оставались без внимания, их необходимо всячески продвигать, чтобы не допустить подмены этих конструктивных ценностей на другие идеи, навязанные извне и чаще всего – разрушительные («Казахстанская правда», 16 июня 2021)

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 4, 10