

Әдебиет:

1. Дивногорцева С. Ю. Духовно-нравственное воспитание в теории и опыте православной педагогической культуры. М.: Изд-во ПСТГУ, 2012.
2. Покатыло В. В., Шигабутдинова Л. Р., Волкова А. В. О необходимости нравственного воспитания молодежи // Молодой ученый. — 2014. — №4.
3. Табакаев, Ю.В. Реформаторский зуд и депрессия общественного сознания // Социальные процессы в современной Западной Сибири: сб. науч. трудов. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2011.
4. Төлеубекова Р., Жұматаева Е. Этнопедагогика: оқу құралы / Р. Төлеубекова, Е. Жұматаева.– Алматы: Эверо, 2018.– 400 б.
5. Нуржанова Т.Т., Таурбекова А.С. Н Бос уақытты ұйымдастыру. Оқу-әдістемелік құрал / Нуржанова Т.Т., Таурбекова А.С. – Алматы, Эверо, 2020. -160 б.
6. Сауытбаева Т.А. Студенттің дәптері (бірінші курс студенттеріне арналған): –Алматы, Эверо,2020.-152б.
7. Елишев С. О. Теоретико-методологические подходы к изучению понятий «ценность», «ценностные ориентации» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Социология, Политология. 2010. № 3. С. 74–90.

Муравьева О.О., Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова, факультет философии и психологии, гр. МС-52, магистрант
(*Научный руководитель - к.социол.н., доцент Валитова З.Х.*)

ОБРАЗЫ ГОРОДА КАРАГАНДЫ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ГОРОЖАН (НА ОСНОВЕ МЕНТАЛЬНЫХ КАРТ)

Сегодня мы живем в сверхурбанизированном мире. Города меняются, разрастаются, приобретают новый статус, в связи с чем возникают новые образы и символические качества архитектурно-пространственной среды. Как писал Кевин Линч, «у всякого горожанина есть свои ассоциации, связанные с какой-либо частью города, и этот персональный образ пронизан воспоминаниями и значениями» [1, с.15].

Задумывались ли вы когда-либо о том, какую же роль наши города играют в нашей повседневной жизни? Стэнли Милграм отмечал, что жить в крупных городах – потребность многих из нас, и мы должны хорошо понимать, как этот социальный факт влияет на наши чувства, мысли, поступки, формирует их. В этом и заключается необходимость изучения воздействия большого города на индивида [2].

Необходимость исследования городской среды стала неотъемлемым элементом социологической науки с момента ее возникновения. Ведь именно город как собирательный центр интеллектуальной мысли человека породил науку, дав ей тем самым область изучения. Именно городская среда является ареалом современного человека, его естественной средой, где он чувствует себя хозяином и творцом; именно в ней раскрывается его социальная природа.

Интенсивное развитие и разрастание городов затрудняют восприятие их образа и ориентацию в них. Противоречивое городское пространство порождает такие же неоднозначные оценки, впечатления, эмоции и чувства. Это может затруднять идентификацию жителей с городом, так как для нее требуется целостный образ.

Как отмечал Кевин Линч, город не только объект, воспринимаемый миллионами людей, различающихся социальной позицией и характером. Это также и продукт деятельности большинства застройщиков, которые постоянно изменяют его структуру на основе собственных соображений. Структура, в свою очередь, постоянно поддается изменениям в деталях, и только частичному контролю в росте и форме. Поэтому, искусство формирования городов - особое искусство, обособленное и от архитектуры, и от музыки или литературы. Оно многому учиться у этих искусств, но никогда не подражает им. Образ города в понимании Кевина Линча, это: «обобщенная мысленная картина окружающего материального мира в сознании человека» [1, с.17].

Для успешной жизнедеятельности человека в урбанистических условиях города, в котором он живет, должен быть так или иначе репрезентирован в его сознании; как раз этому феномену («ментальной репрезентации») и посвящены статьи Стэнли Милграм о ментальных картах. «Стимулом к их написанию послужили идеи Кевина Линча. Его книга «Образ города» — блистательное исследование, посвященное проблеме «имагибельности» (imagability), или

представимости, городской среды, породившее огромную литературу, библиография которой на сегодняшний день насчитывает несколько сотен статей и публикаций. Параллельно вел свои разработки и географический департамент. Долгое время одной из основных его функций было картографирование местности, и вот совсем недавно он стал выпускать карты нового типа: они отражают не только то, какова географическая среда сама по себе, но и то, что люди думают о том, какова она» [2, с.30].

Под образом города мы понимаем, прежде всего, выделение определенных знаков и явлений, относящихся и характеризующих данный город, в представлении индивида. Возникают естественные вопросы и исходящие из них задачи. Какие образы возникают у горожан при упоминании г. Караганда? Наиболее релевантным методом, позволяющим «увидеть» эти образы является метод ментальной карты. При помощи ментальных карт мы можем выстраивать представления о местности, пространстве, структуре, создаваемых карту образа города. «Анализ карт, фотографий, рисунков, сделанных обычными людьми, позволяет изучить особенности их восприятия и освоения жизненного пространства, вскрывая, например, проблемы доступности тех или иных элементов городского пространства (в том числе, социальных услуг, транспорта, занятости), социальной уязвимости отдельных групп городских жителей» [3, с.9].

Как утверждает Линч, психологическую карту можно использовать не только в научных целях. К примеру, по ней есть возможность определить, хорош какой-либо город или плох. Хороший город является наиболее «представимым», имеет множество известных всем символов и объектов, которые соединяются знакомыми всем маршрутами. Что касается посредственных городов, то они невыразительны и не поддаются описанию.

«Ментальные карты – это исследовательский метод, при котором происходит визуализация социологического анализа отношения жителей к городу, новая форма общественного диалога, социально-культурной работы с населением. Получаемые в итоге карты суть спровоцированные, или целевые (выполненные для целей проводимого исследования) документы. Как правило, их сопровождают интервью, групповое обсуждение, иногда задание по изображению местности включается в вопросник» [4].

Вопросы городского развития все теснее связываются с представлениями об образе города в целом. Причина этого кроется в новой ступени формирования общества, при которой имидж, образ, бренд становятся факторами изменения городской реальности.

В своем исследовании мы поставили цель выявить наиболее распространенные образы города Караганды в представлениях карагандинцев. Определить какие образы города доминируют, выявить их символические интерпретации представителей молодого и старшего поколения. Одной из задач было рассмотрение форм пространственной организации города (картографирование г. Караганды) и ее обусловленность различными факторами («мой город», «основные пути», «масштабы освоения города», «место проживания»).

Исследование было проведено с использованием метода ментальных карт. В исследовании принимали участие жители г. Караганды, прожившие в нем не менее 10 лет, 2-х возрастных категорий: от 18 до 25 лет (в частности студенты), от 45 лет и выше (в частности преподаватели). Общая выборка составила 10 человек.

В ходе полевого исследования информантов просили выполнить несколько заданий. Основным заданием являлось создание ментальной карты. На чистом листе при помощи доступных графических средств информанты изображали в виде схемы, карты и любого другого изображения карту города Караганды в их представлении. Последующие задания были представлены в виде вопросника. Информантам предлагалось привести слова-ассоциации, связанные с их представлением о городе; перечислить наиболее привлекательные достопримечательности города Караганды и известные улицы города.

В результате проведенного исследования мы выявили следующее:

1. В задании привести слова-ассоциации для города Караганда, были написаны следующие слова:

«Карлаг» (5), «Ссылные писатели» (4), что отражает недавнее прошлое, ведь город, прежде известный больше по двум сталинским лагерям, в которых содержались деятели культуры и искусства. «Шахтеры» (7), «Шахты» (8), «Шахтерская Караганда» (5), «Шахтерская слава» (7), «Уголь» (4), «Третья угольная кочегарка Советского Союза» (2), «Добывающие корпорации» (1), некоторые фразы про «Рабочий город», «Караганде образцовый порядок, высокую культуру», «Единственная политическая и экономическая опора страны», «Слава шахтерскому труду». Как

видно, такие ассоциации связаны, в первую очередь, с историей города, его индустриальностью, специализацией на угольной промышленности. Как известно, город изначально строился разбросанно, располагался вокруг шахт, что значительно повлияло впоследствии на представления о городе. Карагандинцы зачастую видят город как индустриально-промышленную арену, экономический центр страны, рабочий город. Часто встречались ответы, связанные с экологической обстановкой и климатом города, в частности, «Серость», «Пасмурность», «Степь», «Ветра», «Суровые природные условия».

2. Интересно, но следующее задание показало отсутствие явных достопримечательностей в Караганде. Несмотря на то, что в городе имеется около 50 памятников истории и культуры, три театра, три музея, и несколько больших парков, опрошенные лишь часто указывали такие объекты как Дворец Спорта им. Н. Абдирова, ДК Горняков, ЦПКиО, Парк Победы, Цирк, кинотеатры, «Караганды-Арена» (ледовый дворец), стадион «Шахтер», театр им. С. Сейфуллина, также по одному упоминанию о вокзале и здании акимата. Вышесказанное показывает, что данные достопримечательности являются одними из основополагающих мест проведения досуга и более известными среди жителей города.

3. Задание по перечислению улиц показало явное преобладание центральных улиц города (проспект Бухар-Жырау, Бульвар Мира, проспект Нуркена Абдирова, Гоголя, Ленина). Очевидно, это связано с наличием большого количества улиц в Караганде, которые физически невозможно изучить, и быть осведомленным об их наличии. Зачастую информанты чаще всего отмечали улицы, характерные для их места проживания, места работы или места учебы, тем самым это отражает фактор проживания и широту ежедневных маршрутов. Можно сказать, что карагандинцы стабильно знают маршрут от дома до работы, от дома до учебы и центральное расположение города, так как значительное количество развлекательных мест и торговых центров находится по большей части в центре города. Вероятно, эту особенность можно объяснить пассивным образом жизни и отсутствием интереса к городу. Город как пространство в разной степени освоен жителями. По существу, для каждого горожанина сформировано собственное пространство города, и определяющим для него становятся практики повседневности. Существует как минимум три типа деятельности и связанные с ними городские пространства: место жительства, место учебы/работы, место проведения свободного времени [5].

4. Следующее задание, заключавшееся в изображении ментальной карты, показало нам, что жители города не могут представить себе Караганду без ДК Горняков, ЦУМа, 45 квартала, Стеллы Независимости, Проспекта Бухар-Жырау, вокзала, Центрального парка с озером и памятника «Шахтерская слава». Это те самые картинки, образы и представления, которые всплывают в головах у карагандинцев, когда просишь их задуматься о том, что представляет из себя город. Для них это, в первую очередь, родная местность, то место, где они родились, где находится их учебное заведение или место работы. Так один из студентов нарисовал свой двор, что напрямую показывает нам ассоциацию города с родным местом.

Анализируя рисунки информантов, мы обратили внимание на то, что чаще всего опрошенные указывали такие районы, как Новый город, Юго-Восток и Майкудук. Также жители отмечали на своих изображениях Пришахтинск, Федоровку, Михайловку и Старый город. Оказались без внимания Сортировка и Кирзавод. Никто из информантов не указал данные районы.

Так как нашими информантами выступали студенты и преподаватели, и ведущим видом деятельности для них сейчас является учеба и работа, закономерно было увидеть на всех картах вуз. Не остался без внимания тот факт, что город является мегаполисом с полумиллионным населением и располагает ведущие вузы Казахстана. Подтверждают это следующие фразы: «Караганда – это студенческий город. Здесь очень много высших учебных заведений», «Караганда – один из самых больших по площади городов».

Подводя итоги, можно сказать, что место жительства, возраст, уровень образования и место, где рос человек, а также интенсивность ежедневных маршрутов (границы освоения города) сильно влияют на оценку и образы восприятия городской среды жителями.

Литература:

1. Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева; Сост. А.В. Иконников; Под ред. А.В. Иконникова. М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.
2. МилграмС.Эксперимент в социальной психологии / Издательство «Питер», 2000. — 336 с.: ил. — (Серия «Мастера психологии»)

3. Визуальная антропология: городские карты памяти / Под редакцией П. Романова, Е. Ярославской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009. – 312 с.
4. Веселкова Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования// Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31. С. 5–29.
5. Орлова В.В., Иванова Е.С. Ментальные образы города Томска (на примере студентов университета) / СПбГУ. Сер. 12. 2014. Вып. 1.

Мырзабек Ж., Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова, филологический факультет, гр. ФИ-17-8р, студент
(*Научный руководитель – кф.н., доцент Шакенова М.Т.*)

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОНСТРУКЦИЙ С ДВОЙНЫМ ОТРИЦАНИЕМ В ДИСКУРСЕ МАССМЕДИА

В современной антропологической лингвистике активно исследуются языковые единицы с точки зрения дискурсивного подхода. Предметом пристального внимания ученых становятся различные дискурсивные практики, такие как рекламный, научный, художественный, массмедийный и другие дискурсы.

Само понятие «дискурс» неоднозначно. Дискурс рассматривают как готовый продукт речевой деятельности, совокупность текстов, создание текста в реальном времени. Важную роль в изучении дискурса сыграли работы ван Дейка [1]. Дискурс, в понимании ван Дейка, – сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего, создателя текста [1].

Общеизвестным является для всех тот факт, что общественное мнение и сознание во многом формируется посредством различных форм дискурса, в том числе дискурса массмедиа. Массмедийный дискурс направлен на, во-первых, реализацию процесса массовой коммуникации; во-вторых, определение ключевых актуальных тем и повестки дня и, в-третьих, формирование мировоззренческой позиции у носителя языка и актуального мнения у общества в целом [2].

В связи с этим изучение дискурса массмедиа и функциональная нагрузка использованных в данном дискурсе языковых единиц представляется актуальным. В настоящей статье рассмотрены особенности функционирования предложений с двойным отрицанием в газетном дискурсе.

Проблеме отрицания посвящено достаточно большое количество работ, в которых рассматривались семантические, семантико-синтаксические, стилистические, прагматические аспекты отрицания, средства выражения и репрезентации отрицания [3]. В современных исследованиях также изучение отрицания в языке связывается с антропоцентричностью языка, с культурой и обществом, языковой картиной мира, указывается национальная специфика в использовании и способах передачи отрицания и др. [4].

Отрицание в русском языке может быть выражено двояким образом: при помощи формальных средств выражения или же передаваться имплицитно, заключаясь в самой семантике слова или целой синтаксической конструкции. В русском языке особое место занимает группа предложений, в которых есть двойное отрицание. В результате отрицания отрицания они становятся утвердительными, даже с усилением утверждения [4].

Объектом исследования послужили предложения с двойным отрицанием, выписанные методом сплошной выборки из газетного материала (более 150 конструкций). Материалом исследования послужили русскоязычные казахстанские газеты, такие как «Резонанс», «Ктк.кз», «Азаттык» и др.

Как показал анализ, дискурс массмедиа изобилует конструкциями с двойным отрицанием. Как отмечают исследователи, для русской языковой картины мира характерна такая категория отрицания, при которой в составе одного высказывания используется дважды (трижды и даже четырежды) выражается отрицание [5].

Использование предложений с двойным отрицанием вызвано стремлением автора публикации усилить высказанное, а также создать впечатление убежденности в правоте своих утверждений. Такая модальность уверенности является эффективным средством воздействия [6]: