



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

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

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

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

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

Присоединяйся! - Бізбен бірге бол!

«Құлақтан кіріп бойды алар» дегендей сәтті аудармалар. Нағыз өмірге сән беретін құбылыс. Осыларға қарап күнделікті өмірде де бір жаңалық барын білеміз, десек те қазақша жарнама тілін қалыптастырып, ұлттық бояуды сақтап отырсақ іргесі берік ел болатынымыз айғақ.

Индустриалды дамыған елдерде жарнама қаржысының 40%-ы газет-журналдарға, екінші орында – телеарналарға, 3-ші орында радиожарнамаларға бөлінеді. Республикалық радио мен телеарналарда жарнама бағасын есептеуде секундтар қолданылады. Теледидардағы жарнама бағасы жыл мезгіліне, бағдарлама уақытына, хабардың әйгілігіне қарай ауытқиды. Теледидар жарнамасы үшін ең тиімді уақыт – көрсетілетін хабардың басы мен ортасы болып табылады. Сондықтан жарнама берушілер оны көрсетілу аралығында беруге ұмтылады.

Республикадағы үздік радиоарналар – «Радио 31», «Шахар», «Европа плюс», «Караван», «НС», «Сити – радио», «Қазақстан». Олардың ішіндегі алға шыққандары – «НС», «Радио 31», «Европа плюс» радиоларының жарнамалық уақыты 230 долларға дейін жетті.

2012 жылы «Alvin Market» зерттеу компаниясы Қазақстанның он тоғыз ірі қаласындағы жарнама берушілер мен жарнама тұтынушылардың арасында баспасөздегі жарнама, радиожарнама, телевизиядағы жарнама, сыртқы жарнама, интернеттегі жарнама, есепшоттағы жарнама (коммуналдық, телекоммуникация үшін төлемдер) бойынша сауалнама жүргізді. Сауалнама барысында халықтың қандай әлеуметтік тобы жарнаманың қай түрін таңдайтыны, оқитыны, көретіні анықталған. Сауалнаманың баспасөздегі жарнамаға қатысты нәтижесіне сараптама жасаған.

Қазіргі қоғамымызға жарнама қажеттілігі шындық болса, оның сапалы және баршаға түсінікті болуы да өте қажет. Сондықтан, қазіргі қазақстандық жарнама нарығы алдымен, сапалы жарнама жасауды, екіншіден, оны тұтынушыға сапалы түрде ұсына білуі керек. Ұлттық ерекшелігімізді айқындаймыз деп асыра сілтемей, қазақ тілін дұрыс та сауатты қолдана алса, көшеміздегі талай шала сауатты тақтайша мен биллбордтардан арылар едік.

Қолданылған әдебиет

1. Бове Кортленд Л., Аренс Уильям. Современная реклама. (Ағылшын тілінен ауд. В.Б. Боброва; жалпы ред. басқ. О.А. Феофанова). – М.: Довгань, 1995.
2. Шындалиева М. Б. БАҚ-тағы жарнама технологиясы. – Астана: Өрнек, 2010.

ЖАҒАНДАНУ ЗАМАНЫНДАҒЫ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Әбікеева Сағыныш Медетқызы

sagynysh.medet@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ-нің журналистика және саясаттану факультетінің 1 курс магистранты, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекші – О.Тұржан

Жаһандану заманындағы журналистиканың ерекшеліктері туралы ой бөлісердің алдында, ең алдымен адамзат өркениетінің дамуына, бұл бүкіләлемдік күш-тенденцияның табиғатына үңілсек. Өйткені жаһандану дегеніміз - бүкіләлемдік экономикалық, саяси және мәдени интеграция. Бұл тұтастанудың белгілері еңбектің әлемдік бөлінісі, көші-қон мәселелерінің даму барысынан байқалады. Онда капиталдың, адамдық және өндірістік ресурстардың, заңдарды стандарттау, экономикалық, және технологиялық процесстер, сонымен қатар әртүрлі елдердің мәдениеттерінің жақындасуы мен сіңісуі аңғарылмай тұрмайды. Жаһандану дегеніміз — бір-бірімен тығыз экономикалық, ғылыми-техникалық, саяси, мәдени байланыстағы біртұтас адамзат қауымдастығының қалыптасуы. Ол — біздің көз алдымызда өте тез қарқынмен жүріп жатқан үрдіс. Бүкіл XX ғасырдың өн бойында

адамзат алуан түрлі жаһандық мәселелермен бетпе-бет келіп қана қоймай, дамудың баршаға тиімді жолдарын қарастыруына тура келді. Өйткені ешкім қашып құтыла алмайтын бұл әлемдік үдерістің пайдалы жақтарымен қатар, ұлттық мүддеге "томпақ" келетін тұстары да аз емес.

Осы орайда зерттеуші А.А.Ангархаевтің мына бір пікірінің жаны бар деуімізге әбден болады: «Жаһандану – табынатын икона да емес, ту да емес, барлығына ерте ме, кеш пе санасуға тура келетін, қатаң шындық» [1.2]. Расында замана ағымын, уақытты тоқтату мүмкін емес. Бұл - өмірдің заңдылығы. Сондықтан жаһанданудан сырт қала салу мүмкін емес. Ал замануи медиа-кеңістіктің жаһандануы қарастырылу барысында мобильді коммуникация шартындағы бұқаралық ақпарат коммуникацияларының мүмкіндіктері анықталуда. Сонымен қатар контент-талдаулар негізінде жаһандану кезіндегі БАҚ ерекшеліктері ашылып жатыр. Жаңа ақпараттық технологиялардың арқасында БАҚ талдауы ұсынылуда. Көптеген зерттеушілер еш ойланбастан «бұқаралық ақпарат құралдары», «бұқаралық коммуникация құралдары» мен «жаһандану» ұғымдарын бір-бірімен тығыз байланыста қарастырады. Ал негізінен бұқаралық ақпарат құралдары бұқаралық коммуникацияның бір бөлігі ғана, бұқаралық қарым-қатынас та дәл солай. «Жаһандану» қазіргі таңда орын алып жатқан өзгерістердің ұғымы мен символы болғанымен, оған нақты анықтама беру өте қиын.

Ендігі ретте жалпы жаһандануға байланысты ресейлік ғалымдар пікіріне құлақ түрелік: «Әлемде жаңа тәртіптің орнауы» нәтижесінде ұлттық ұдайы өндіруші тетіктерінің шоғырлануы мен олардың бір кеңістікке жұмылдырылуы негізінде қазіргі әлемдік шаруашылық құрылыстың бүкіл сипаты түбірімен өзгеріске ұшырап, маңызды алғышарттар пайда болады. Негізінде, әлемдік өндірісті қайта ұйымдастыруға деген көлемді қозғалыстар шаруашылық өкілеттіліктерді қайта бөліске салуда, басымдықтарды қайта қарауға, әлемдік шаруашылық байланыстар мен өзара әрекеттестіктердің кәдуілгі көріністерін өзгертуге қабілетті прерогативтерді құрастыруға алып келуі мүмкін. Басқаша айтқанда, жаһандану барысында әлемдік кеңістікті бір аймаққа біріктіретін әлемдік байланыстардың жаңа түрі пайда болады. Жаһандану осындай әрекеттері арқылы «халықаралық құқықтық және мәдени-ақпараттық өрісті, өзіндік бір аймақаралық ақпараттық алмасу инфрақұрылымын құруды қарастырады. Жаһандану әлемдік қауымдастыққа жаңа қасиет береді, ал осы үдерістің пайымына бару біздер үшін әлем туралы ұғымның алмасу кезеңінде дұрыс бағдар алуға мүмкіндік береді»[«Әлемде жаңа тәртіптің орнауы» нәтижесінде ұлттық ұдайы өндіруші тетіктерінің шоғырлануы мен олардың бір кеңістікке жұмылдырылуы негізінде қазіргі әлемдік шаруашылық құрылыстың бүкіл сипаты түбірімен өзгеріске ұшырап, маңызды алғышарттар пайда болады. Негізінде, әлемдік өндірісті қайта ұйымдастыруға деген көлемді қозғалыстар шаруашылық өкілеттіліктерді қайта бөліске салуда, басымдықтарды қайта қарауға, әлемдік шаруашылық байланыстар мен өзара әрекеттестіктердің кәдуілгі көріністерін өзгертуге қабілетті прерогативтерді құрастыруға алып келуі мүмкін. Басқаша айтқанда, жаһандану барысында әлемдік кеңістікті бір аймаққа біріктіретін әлемдік байланыстардың жаңа түрі пайда болады. Жаһандану осындай әрекеттері арқылы «халықаралық құқықтық және мәдени-ақпараттық өрісті, өзіндік бір аймақаралық ақпараттық алмасу инфрақұрылымын құруды қарастырады. Жаһандану әлемдік қауымдастыққа жаңа қасиет береді, ал осы үдерістің пайымына бару біздер үшін әлем туралы ұғымның алмасу кезеңінде дұрыс бағдар алуға мүмкіндік береді»[2.84].

Бұл ретте БАҚ-тың да шешуші рольге ие екендігін естен шығармаған жөн. Өйткені, Коммуникация тарихы – жаңа техникалық (оның ішінде спутниктік те бар) байланыс құралдарының, ақпарат тарату каналдарының дамуы, жаһандық ақпараттық жүйенің, трансұлттық мультимедиялық білімнің қалыптасуы. Осы уақытқа дейін көрші мемлекеттерінен жырақ болған, саяси, тілдік, мәдени, идеологиялық, технико-коммуникативті және басқа да барьерлері болған жабық ақпараттық кеңістігі бар ұлттар мен ұлыстар қазір ашық бола түсті. Адамзат тарихында алғаш рет аймақтық қана емес, жалпыпланеталық коммуникативті қызмет жүйесінің құрылу мүмкіндігі артты. Жаһандық

БАҚ-тың қалыптасуы заманауи мәдениетті ғана емес, шынайы өмірдің де сипатын өзгертіп, виртуалды әлемді туғызды. Жаһандық коммуникативтік кеңістік әлемдегі философия, әлеуметтану, мәдениеттану, техникалық ғылымдардың дамуымен тығыз байланысты. Жаңа коммуникативтік жүйенің қуатты әсерінен «реалды виртуальділік мәдениеті» пайда болды. Виртуалды әлемнің үстемдігі адамзат танымының, жан-дүниесінің, құндылықтар жүйесі мен әлеуметтік қарым қатынастарының типтерін де өзгертеді. Виртуалды дизайн адамның психофизиологиялық жүйесін мүлдем өзгертіп, оған ақпаратты вербальды емес түрде қабылдауға бейімдейді, яғни ойлау мен коммуникация – логикалық конструкция негізінде емес, визуальді түрде, энергетикалық кванттар арқылы жүзеге асады.

Ақпарат көлемінің артуы және оны таратудың жоғары жылдамдығы адамның социумға, билік құрылымына тәуелділігін арттырады. «Ақпараттық жарылыс сипаты» бұған мүлде қарама-қарсы пікір туғызады. Біреулер ақпараттың арқасында жаңа жүзжылдық керемет жеңістер мен ерекше қырағылық уақыты болады дейді. Ал басқа топ ақпараттық тоталитаризмнің қаупін көреді. Қазіргі қоғамның трансформация үрдістері жаһандық ақпарат ағынына жол ашатын, кез келген адамға коммуникативті үрдіске қатысуға мүмкіндік беретін, бұқаралық сфераның жаһандық ареалының бір бөлшегіне айналдыратын жаңа БАҚ рөлі мен орны арқылы анықталады. Сондықтан да нақты жаһандану туралы жан-жақты ойлану БАҚ үшін басты зерттеу міндеттерінің бірі саналатыны сөзсіз. БАҚ типологиясы жанрлық ерекшеліктер секілді қазіргі таңда теориялық қайта қарастырылу мен тәжірибелік негізді қажет етеді. Қазіргі медиаресурстардың дамуы адам өмірінің әр тарапын қамтып өтеді, әсіресе мамандардың қызмет сипаты мен өндіріс саласы, ақпарат таратушылар – журналистер мен қоғаммен байланыс мамандарының саласында ерекше байқалады. Қазіргі таңда ғылымда БАҚ-тың жаһандануын анықтайтын 2 жол бар. Бірінші жолды ұстанушылар жаһандану – жаңа үрдіс емес дейді. Ол адамзат тарихының әртүрлі кезеңінде өзін әрқилы сипатта танытып отырды деген ойды ұстанады. Екінші позицияны ұстанушылар жаһандану әлемді қаржылық-экономикалық, қоғамдық-саяси және мәдени байланыстағы бір ашық қоғамға жаңа коммуникация мен ақпараттық технологиялар арқылы траты алу дейді. Екінші ой барынша негізделгенге ұқсайды, себебі ол дәстүрлі формадан экономикалық, саяси, технологиялық қоғамның жаһандық мегасоциумға өтуін көрсетеді.

Қазіргі таңда жаһандану үрдіс ретінде де, адамзатты бірігуге, ортақ тағдыр құруға бағыттайтын мақсат ретінде де қарастырылып жүр. Г.С. Мельник пен А.Н. Тепляшинаның ойынша, жаһандану келесі сипаттардан тұрады екен: "Жалпыға қолжетімділік пен өзгерістердің жүйелілігі; өзгерістің өзі жағымды құндылыққа айналады; барлық жаһандық құндылықтар жергілікті құндылықтарға қарағанда басым болады. Тіпті, этникалық фактордан ба доминантты болады. Мәдениеттің гибридтенуі орын алып, жалған мәдени феномендер дамиды, әсіресе поп-мәдениет саласында; «терең» феномендерге басымдық беру (мәдениетке дейінгі, өркениетке дейінгі, архаикалық), яғни олар басыбайлылықтан босайды; әлеуметтік типтер мен модельдердің жиынтығы әлеуметтік өмірдің жаһандық-постмодерндік сипатын туғызады[3.25]. Ал мұндай өзгерістерден Қазақстан да айналып өте алмайды. Жаһандану лықси толқып келе жатқан алып тенденция. Ал тенденцияға қалай болса солай қарсы тұру мүмкін емес.

Қазір қазақстандық БАҚ-тарда ұлттық ерекшеліктерімізді сақтап қалу туралы көп жазылып жүр. Бұл тегін емес. Себебі жаһандану ұлттық құндылықтарды жалмайтын алып айдаһар секілді. Бәрін бір қалыпқа түсіріп өте шығуды қалайды. Ал экономика саласында жаһандану ең алдымен ашық әлемдік нарық, жаһандық бұқаралық мәдениет пен ақпараттық қоғаммен байланыстырылады. БАҚ-ты зерттеушілер жаһанданудың көптеген көріністері бетінде жатыр дейді, әртүрлі елдердегі, әр тілдегі журналдардағы біртепті жарнама, әр түрлі тіліне қарамастан, бір студия мен ұқсас жүргізушілері бар бірдей телешоулар, әлемнің кез келген нүктесінен жаңалықтарға қол жеткізудің жылдамдығы, әртүрлі телеарналардағы бірдей жаңалықтар, музыка, кино, барлығы да басқа мелекеттерде ортақ; әртүрлі құбылыстардың табиғатының бір болуы БАҚ-тың жаһандануының көрінісін ойлауды қажет етеді. Масс-медианы осы өзгерістердің бәріне көнген сала ретінде де, «жаһандану агенттері»

ретінде де, жаһанданудың қозғаушы күші ретінде де қарастырады, себебі жаһандану – қоғамдық және мәдени өмірде медиажүйелердің барынша дамуына тығыз байланыста болады. Жаһандану – көп өлшемді процесс, ол бір уақытта бірнеше деңгейде орын алады. Бұл нарықтың да, өндірістің де, қаржының да, коммуникацияның да жаһандануы, ол жаһандық инфрақұрылымды тірек ете отырып орын алады. Соңғысы еш кедергісіз тәулік бойы қаржының ғана емес, ақпараттың да (жаһандық жарнаманың да) кедергісіз қозғалысын қамтамасыз етеді. Жаһандану БАҚ-тың дамуына әсер етті. «Ақпарат» ұғымы кең мағынада қолданыла береді, себебі, нарықты да, тұтынушыларды да, салық жүйесін де, адамзатқа ортақ образдар, түсініктер мен символдарды да қамтиды. Соңғысы біркелкі символикалық ортаны құрауға септігін тигізеді, оған медиаконтент ағыны еркін кіреді. Бұл символикалық ортаның қолжетімділігі географиялық ерекшеліктерді ескермеуінің өзі БАҚ саласындағы, бұқаралық мәдениет саласындағы жаһандану белгісі.

Сандық технологиялар кез келген ақпаратты бит пен байтқа енгізуге мүмкіндіктер туғызды. Барлық мәліметтер ортақ бинарлық кодтықсандық тілге көшкенде ақпарат көздерінің ерекшеліктері де болмай қалды - дыбыс жазбасы болсын, радио, телеарна, фильм, видео, иллюстрация немесе баспа мәтіні. Екінші революция байланыс сызығында да орын алды. Жер шарының басты ақпараттық магистральдарында сандық каналдар мен кабельдерді қолдану бір уақытта миллиондаған ақпараттарды таратуға мүмкіндік ашты. Бұл - жаһандану заманының бір жемісі. Ол жөнінде зерттеуші Е.Л.Вартанова былай дейді: "Белсенді түрде жиі қолданғанымызбен, оған түсіндірмені өте сирек береміз, тіпті оған бірізді анықтама табуға талпынбаймыз да. Сол себепті де бұл зерттеуші шетелдің әлеуметтік ойларда қалыптасқан анықтамаларды тізбектеп көрсетеді. Қазіргі контекстегі «жаһандану» ұғымы дәстүрлі халықаралық, әлемдік және планеталық бұқаралық коммуникацияның ұғымын алмастырды"[4.30].

Жаһандану заманының тағы бір әсері қазір сандық ақпаратты қысудың жаңа түрлері ойлап табылды, ол өз кезегінде үлкен көлемді мәліметтерді қарапайым сымдар арқылы таратуға мүмкіндік береді. Жаңа ақпараттық технология өмір сүру образын да өзгертеді. Себебі, жаңа өндіріс қатынасы мен басқару формалары ойлап табылуда. Ақпараттық қоғам мен жаңа БАҚ байланысын сөз еткенде мамандар негізгі 3 аспектіге көңіл бөледі. Бірінші – ақпараттық-коммуникациялық технологиялар мен ғаламтор дамуынан бұқаралық ақпарат құралдары мүмкіндіктерінің артуы. Екіншісі – «интернетизация кезіндегі дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары. Үшіншісі – жаңа масс-медиа мен жаңа бұқаралық коммуникация.

Зерттеуші Б.В.Долгов жаһандануға байланысты мынадай соқталы ой айтыпты: "Қазіргі таңда жаһандану, ең алдымен, бүгінгі орын алып отырған халықаралық экономикалық қатынастардың сипаты мен серпінді техникалық прогресті қамтамасыз ететін өндірістік күштердің (көлік, байланыс құралдары, әлемдік компьютерлік желілер және т.б.) даму деңгейіне қатысты болып келеді. Осы орасан ғылыми-техникалық прогресс әлемнің бейнесін түбірімен өзгертіп, жаһандануға алып келді, алуан түрлі халықтарды бір-біріне жақындата түсті. Солай дей тұрғанымызбен, қазіргі жаһандану бір жақта сипатқа ие емес. Өте ауқымды болып келетін өндірістік-қаржы ресурстарының трансұлттық корпорациялардың қолына шоғырлануы оларды, шындығында, әлемнің нағыз қожасына айналдырады, нәтижеде трансұлттық мемлекеттер өз егемендігінен айрылып, өз елдерінің нарықтарындағы қаржы-экономикалық жағдайды бақылау тізгінін босатып алады"[5.35].

Бұл шындығында да солай. Ал трансұлттық мемлекеттердің жағдайының өзі анадай болып жатқанда халқының саны аз біздің мемлекетіміз қандай күйде болар екен деген ой еріксіз мазалайды. Мінеки осы тұста қазіргі журналистика атойлап алға шығуы тиіс. Себебі ұлттық ерекшелігінен айрылған мемлекет жер бетінен ізім-қайым жоғалады. Қазақты қазақ етіп ұстап тұрған құдірет ұлттық колоритіміздің ұрпақтан ұрпаққа жалғасып келе жатқандығының нәтижесі. Өйткені көптеген елдерді Ш.Айтматов жазған "мәңгірттік" жайлап келе жатқанын қалайша жасырамыз? Демек, осы тұста БАҚ-тың барлық түрі ұлттық менталитетімізді сақтап қалуға қызмет етуі тиіс. Сонда ғана еліміздің ертеңі баянды болады.

Пайдаланылған дереккөздер тізімі

1. Ангархаев А.А. Проблема национальной идентичности в контексте глобализации. <https://docs.google.com/In today's dynamically developing world, the problem of national identity is at the center of attention, both politicians and researchers. They are particularly relevance to polyethnic state formations. http://akikatkaz.kz>
2. Володин А.Г., Широков Г.К. Глобализация: истоки, тенденции, перспективы//Полис. – 1999. – №5. – С.84.
3. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Актуальные проблемы современности и журналистика // Массмедиа в условиях глобализации: Взаимосвязь глобализации, глобализма и трансформации. – СПб., 2005.)
4. Вартанова Е.Л. Глобализация СМИ и масс-медиа России // Вестник Московского университета, серия 10, «Журналистика» – М., 2005. № 4.
5. Долгов Б.В. Процесс глобализации и развивающиеся страны (на примере Алжира) //Ближний Восток и современность. Сб. статей. Вып. XIII. Отв. ред. В.А. Исаев, А.О. Филоник. М., 2002, с.31-32.

«ЖАС ҚАЗАҚ» ГАЗЕТІНДЕГІ ҚОҒАМДЫҚ-САЯСИ МӘСЕЛЕЛЕРДІҢ ЖАЗЫЛУЫ

Абылханова Әсел Қырғызғалиқызы

abylhanova_a@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Баспасөз және баспа ісі
кафедрасының оқытушысы, Астана, Қазақстан

Қазақ ұлтының дамуындағы өзіне тән ерекшеліктің бірі – әртүрлі құндылықтар негізінде қалыптасқан алуан-алуан социомәдени құрылымдардың қатар жасауы және олардың әрқайсысына сәйкес қоғамдық сана мен мінез-құлық үлгісінің пайда болуы. Социомәдени алшақтық негізінде этностар ішіндегі бөлінушіліктің себебі – кеңес дәуірінде жедел әрі күштеп жүргізілген тілдік ассимиляция мен ұлттық мәдениет элементтерінің аккультурациялануы. Социомәдени қауым ретінде қазақтың телім-телім болуының, кіріге алмауының бір себебі осы. Бұл этнолингвистикалық социализациядағы айырмашылықтан ғана емес, одан да тереңнен – құндылықтар ерекшелігінен де көрінеді. Қазақтың екіге жарылғаны әсіре айқын байқалатын жер – мемлекеттік тілді пайдалану, мемлекеттің формасын және саяси басымдықтарды анықтау сияқты мәселелер. Осының салдарынан қазақ ішінде әрқайсысының өзіне тән социомәдени, әлеуметтік-психологиялық және өзге де белгілері бар топтар пайда болды. Қазақтың социомәдени тұрғыдан бөлінуі кейде тіпті бүкілұлттық бірлік сезімінен де басым шықты.

Міне, бұл пікірлерден, журналистиканың қоғамдық пікір қалыптастыруға ықпал еткен көріністер байқалады. АҚШ-тың Вандербилт университетінің профессоры Честер Финннің зерттеулеріне көз салсақ, «демократиялық қоғамдағы БАҚ төмендегі функцияларды атқарады:

1. Ақпарат тарату;
2. Ағартушылық, үйрету;
3. Үкімет орны және мемлекет қызметін бақылау;
4. Қоғамдық пікір қалыптастыруға ықпал ету» [1,29-б].

Осы функциялардың барлығы «Жас қазақ» апталығында жарияланып тұратын мақалалардан байқауға болады. Мәселен, газеттің 2009 жылдың 30 сәуіріндегі нөмерінде жарық көрген «Қазақ» мәселесі: шикан бар, шипа жоқ» атты мақалада қазақ тілді бұқаралық ақпарат құралдарында жиі-жиі көтеріліп жүрген ұлт мәселесіне байланысты мәселе қарастырылады. Жалпы бұл ақпараттық жанрда жазылған мақала. «Ұлт тағдыры» ұйымы ұйымдастырған ғылыми конференция. Мақала авторы Өркен Кенжебеков жалпы бұл