

УДК 316.35.614

**Жолдошева А.Ш.,**  
социологиялык илимдердин кандидаты  
Ж.Баласагын атындагы КУУнин  
социология жана социалдык иштер  
кафедрасынын ага окутуучусу  
**Жолдошева А.Ш.,**  
кандидат социологических наук,  
старший преподаватель кафедры  
социологии и социальной работы  
КНУ им. Ж. Баласагына  
**Zholdosheva A.Sh.,**  
Ph.D., Senior Lecturer, Department  
of Sociology and of social work of the  
KNU named after J. Balasagyn  
тел. +996 (550) 280283  
эл. почта: zholdosheva.2015@mail.ru

### БАЗАР ЭКОНОМИКАСЫНЫН ШАРТЫНДА ЖАШТАР ЖАНА ИШКЕРДҮҮЛҮК

### МОЛОДЕЖЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

### YOUTH AND ENTREPRENEURSHIP UNDER A MARKET ECONOMY

**Аннотациясы:** Макалада ишкердүүлүктүн эсебинен Кыргызстан жааштары, базар экономикасын өнүктүрүү жана эмгек ресурсу катары маанилүү ролду ойногондугу көрсөтүлгөн. Автор бул коомдун өнүгүшүнүн ушул этабында, жааштарды социалдаштырууда ишкердүүлүк алдынкы канал болгондуктан, жааштардын катышуусу маселесинин маанилүүлүгүн баса белгилеген.

**Аннотация:** В статье показана исключительно важная роль молодежи Кыргызстана как трудового ресурса в развитии рыночной экономики за счет предпринимательской деятельности. Автор подчеркивает актуальность проблемы вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность, поскольку она служит ведущим каналом социализации молодых людей на современном этапе развития общества.

**Abstract:** The article shows the extremely important role of young people of Kyrgyzstan as a labor resource in the development of a market economy through entrepreneurial activity. The author emphasizes the urgency of the problem of in-

volving young people in entrepreneurial activity, since it serves as the leading channel for the socialization of young people at the present stage of social development.

**Негизги сөздөр:** Жааштар; коомдошуу; эмгек рыногунун; мамлекеттик органдар; жеке бизнес; жумушсуздук; базар экономикасы.

**Ключевые слова:** Молодежь; социализация; рынок труда; государство; бизнес; безработица; рыночная экономика.

**Keywords:** Youth; socialization; labor market; state; business; unemployment; market economy.

Молодежь во всем мире является особой социальной категорией со специфическими интересами, проблемами и потребностями, от адресации которых зависит, каким будет будущее той или иной страны.

Занимая важное место в социальной структуре общества, она выполняет функцию смены поколений, выступает главным ресурсом социума, принимает непосредственное участие в воспроизводстве его социального потенциала. Она - основной носитель инновационной составляющей развития страны. Энергичность, свободный дух, стремление к новизне - неотъемлемые черты современного поколения молодежи. Приобщаясь к новым знаниям, воспринимая и развивая опыт предшествующих поколений, молодежь выступает одновременно объектом и субъектом социализации. В процессе социализации молодые люди включаются в жизнь общества, становятся неотъемлемой его частью.

Среди факторов социологического определения молодежи исследователями выделяются возрастные границы и социально-психологические особенности; специфику социального статуса, ролевых функций социокультурного поведения; процесс социализации как единство социальной адаптации молодежи и индивидуализации.

Решение проблемы социализации молодежи составляет одну из важнейших аспектов социальной и культурной жизни общества, является важным показателем его цивилизованности. Сегодня в условиях глобализации социальной реальности в условиях рыночной экономики меняется смысл и функции процесса социализации, их соотношение с иными элементами социального пространства.

Структурные сдвиги в экономике и занятости членов современного общества привели к существенным изменениям во всех сферах жизни социума. Как показывают исследования отечественных ученых, ученых ближнего и дальнего зарубежья, в современном обществе получает распространение особый тип социализации, когда резкая дифференциация факторов социализации исчезает, уступая место процессам интеграции и высокой степени их взаимозаменяемости. В основном это связано с ростом специфики общественных отношений, в основе которых лежат не только социально-психологические, но и в значительной степени экономические факторы. На каждом этапе исторического развития специфика общественных отношений диктует определенные цели и направления развития модели поведения молодого поколения.

По данным Национального статистического комитета КР на 1 января 2017 года, 30% населения Кыргызстана составляют молодежь, из них юноши составляют - 50,5% молодежи, девушки - 49,5 [1, с. 46-47].

В Кыргызской Республике до 2009 года молодежью считались молодые люди в возрасте от 14 до 35 лет. Исследователь Н. Маткаримов в своей работе отмечает, что «...произошло изменение верхней возрастной границы этой категории с 35 до 28 лет [2, с.37]. Данный факт закреплен в Законе Кыргызской Республики «Об основах государственной молодежной политики», то есть место молодежи в обществе сегодня занимает совокупность более молодых возрастных когорт [3].

Молодежь уже сегодня во многом определяет политические, экономические и социальные структуры общества. Вместе с тем, она во всем мире является одной из особо уязвимых групп на рынке труда, особенно в Кыргызстане.

Происходящие в последнее время инновационные процессы, реформы в стране, изменили многое не только в экономике и политике, но и в быденной жизни каждого молодого человека.

В отношениях между людьми, особенно среди представителей молодого поколения нарастает понимание того, что сегодня для жизненного успеха надо ставить перед собой определенные цели и выбирать средства для достижения этих целей.

Ответы молодежи 27-28 лет на вопрос «Если Вам удалось приспособиться к нынеш-

ним социально-экономическим условиям жизни в обществе, то, что главным образом способствовало этому?» преимущественно получены ответы следующего содержания:

- 47 % - собственная целеустремленность и оптимизм;
- 39 % - предприимчивость и требовательность к себе;
- 32 % - активность и коммуникабельность;
- 24 % - уверенность в себе и вера в будущее [4, с. 27].

В современных условиях молодежь уже в возрасте от 17-28 лет стремится приобрести устойчивый профессионально-трудовой статус в общественной и социальной сфере. На данный молодежный возраст приходится главные социальные и демографические события в жизненном цикле человека: завершение общего образования, выбор профессии и получение профессиональной подготовки, начало трудовой деятельности, вступление в брак, рождение детей. Эта категория населения разбивается на ряд групп, определяющих их положение на рынке труда.

Молодежь до 17-18 лет представляет в основном учащихся средних школ, различных гимназий, профессиональных лицеев, а также студенты 1-2 курсов вузов. В основном в общественном сознании бытует мнение, что они не вовлечены в трудовую деятельность. Однако развитие рыночной экономики способствовали значительному снижению жизненного уровня большей части населения, что естественно изменило жизненную позицию этой категории молодежи. Многие из них стремятся заработать собственные деньги. Однако, ситуация с подростковой занятостью вызывает большую тревогу. Чаще всего - эти подростки заняты в мойке автомашин, в швейном секторе, в сервисных услугах или работают в «теневом» секторе экономики. Легальный рынок неквалифицированного детского труда крайне узок. Поэтому, если не решить проблему государственного контроля над занятостью этой молодежной группы, то возникнет опасность увеличения криминального потенциала общества.

Молодежь в возрасте 19-24 года - это студенты и молодые люди, завершающие или завершившие в основном профессиональную подготовку. Они являются самой уязвимой группой, вступающей на рынок труда, так как не имеют достаточного профессионального и

социального опыта, и в силу этого менее конкурентоспособны.

В 25-28 лет молодые люди, в основном, уже делают профессиональный выбор, имеют определенную квалификацию, некоторый жизненный и профессиональный опыт. Они знают, чего хотят, чаще всего уже имеют собственную семью и предъявляют достаточно высокие требования к предлагаемой работе.

Результаты нашего социологического исследования показывают, что в условиях новых рыночных отношений чаще всего встречаются «активные» молодые люди, которые планируют добиться успехов в работе. Среди них есть «реалисты», которые уверены, что добьются успехов практически во всех сферах жизни. «трудолюбивые», рассчитывающие на хорошую работу. «семейные, у них основное устремление - создание прочной семьи. «гедонисты», рассчитывающие на жизнь полную удовольствий и «карьеристы», которые считают, что добьются всего, но только ценой таких усилий, которые не позволят им иметь много свободного времени. При этом следует отметить, что на формирование этих моделей жизненных приоритетов оказывают влияние характеристики социальной среды, в которой формируется молодежь, а также те духовные ценности, которые активно пропагандируются в современных условиях, в условиях рыночной экономики.

Изменения стартовых возможностей молодежи, содержательной стороны субъектов социализации личности, предопределили особенности социального развития молодого поколения в условиях формирования рыночных отношений. Интегративная характеристика социального положения молодежи как внутри отдельных когорт, так и в рамках всей социально-демографической группы позволяет выделить некоторые особенности социализации молодого поколения в условиях рыночной экономики. Среди них:

- разрыв в системе образования и воспитания;
- деформация принципа преемственности поколений;
- усиливающиеся тенденции воспроизводства больного поколения в результате угрожающего состояния здоровья молодежи;
- целенаправленное разрушение личности, гражданина, патриота.

Решающая роль в устранении этих проблем отводится контролируемой государством

социализации молодого поколения на основе приобщения его к единым нормам и ценностям.

Принимая во внимание, что социализация является процессом, в результате которого устанавливается тот или иной тип взаимоотношений между молодым человеком и обществом, мы отмечаем, что целью социализации молодежи в условиях рыночных отношений - является формирование индивида, действующего как элемент именно этого сообщества, несущего его признаки, обладающего его опытом.

По мнению П.Сорокина: «личность, культура и общество представляет собой неразрывное единство» [5, с.145]. Синтез этих трех моментов позволяет рассматривать общество как единство культуры и социальности.

Специфика социокультурного подхода в отношении социализации молодежи состоит в том, что он «интегрирует три измерения человеческого бытия: тип отношений человека и общества, характер культуры, тип социальности» [6, с.67]

Распространенным феноменом современной действительности становится молодежная субкультура, представляющая собой полифункциональное явление, отвечающее существенным потребностям развития личности, и, прежде всего, потребностям в социальной и культурной идентичности, «встроенности» человека в некое социокультурное сообщество [6, с. 88].

Возрастные группы, которые оформляются как носители молодежной субкультуры, должны стать социализирующим фактором. Их роль возрастает тогда, когда основные институты, обеспечивающие социализацию молодежи (семья, школа, общественные организации, СМИ, социальные сети Интернета), пропагандируют весьма разнообразные и отличные друг от друга ценности и модели поведения, что усложняет процесс поиска себя, обретения социального статуса.

Молодежь должна, находясь в стадии становления, участвовать в выработке этих ценностей, зачастую осуществлять эту работу самостоятельно, нередко вопреки рецидивам старого мышления своих отцов, их попыткам реставрировать прошлое. Однако, в условиях зарождения рыночной экономики, имели место процессы отчуждения молодежи в обществе, снижения ее социального статуса, сокращения социальных молодежных программ, возможностей получения образования, работы и др.

Сегодняшняя молодежь должна ориентироваться на то, что без строгого соблюдения нравственных и правовых норм невозможно нормальное регулирование рыночной экономики, в силу чего нормы морали у нового поколения имеют определенный экономический смысл и оказываются важнейшими составляющими духовного механизма хозяйствования и управления любой организации.

Социальный статус молодежи, имея характер неопределенности и зависимости, отличается весьма размытыми очертаниями, что связано с его относительно низким положением в настоящем и потенцией высокого статуса в будущем, после периода реализации возможности полученных компетенций. Такое состояние не дает возможность зафиксировать свой ценностные ориентации, вынуждая его к пассивному выжиданию, и в то же время следует отметить, что молодежь готова «поднять планку» своих ценностных предпочтений так высоко, насколько этому будет способствовать её социальный статус в будущем. Зависимость от общества и государства вынуждает молодежь идти на поводу у государственных идеологий и общественных стереотипов, не давая ему возможность проявить свою самостоятельность в самостоятельном и независимом выборе ценностных ориентаций. Желание угодить, понравиться, представляет собой вид конформизма, связанного с нуждой и экономической несамостоятельностью, и носит откровенно негативный характер, что лишний раз доказывает связь политической свободы с экономической независимостью.

Среди ведущих ценностей у современной молодежи считаются такие ценности, как социальная активность, трудолюбие, предприимчивость, экономическая независимость. Однако, с другой стороны, молодежь, являясь революционно - реформаторской частью общества, более чем другие слои населения уверена в необходимости развития интенсивной рыночной экономики, чьи принципы неотделимы от принципов экономической самостоятельности. Поскольку экономическая независимость основа политической независимости и гарантия политических свобод, молодежь наиболее активно ратуют за либерализацию экономики.

В целях изучения влияния на молодежь разных факторов в процессе ее самоидентификации, мы провели беседу с молодыми людьми по определению круга, в котором они, удовлетворяют свои культурные потребности, и при-

чины, по которым они это делают. Беседа помогла нам констатировать, что, общаясь со сверстниками, молодежь одновременно решает практически многие свои проблемы и удовлетворяют главную потребность, которая для них - быть рядом со сверстниками - 21 % респондентов сказали (первое место в ряду причин). И поддерживают эту связь и отношения потому, что сверстники могут дать совет и поддержать в трудную минуту, т.к. сверстник - это второй человек (36,2%) после матери (44,9%), к кому обращается молодой человек в трудную минуту. В этих ответах отражены основы о возможных отношениях двух форм социализации в особые, переходные периоды в развитии общества [4 с.35].

В итоге можно констатировать факт, что институты первичной социализации, где основной является семья, а институты вторичной социализации - образовательные учреждения, средства массовой информации и др. оказываются далеко не на последнем месте и практически - значимым (в субъективном плане) фактором. Обусловлено это еще и тем, что некоторые новые взаимоотношения двух форм социализации (первичная и вторичная) были зафиксированы в нашем исследовании и проявились при выяснении степени влияния на молодежь разных факторов в процессе ее самоидентификации. Речь идет как раз об отношении к основным персонам и структурам социализации и об оценке их влияния на молодого человека.

Отвечая на вопрос, на кого Вам хочется быть похожим больше всего, - молодые люди ответили следующим образом, в порядке убывания: 29,1 - ни на кого, 23,7 - на успешного предпринимателя, 23,6 - на бизнесмена, 23,5 - на мать, 11,5 - на героя книги, фильма, 11,3 - на отца, 9,4 - не знаю, 8,1 - на брата, сестру, 5,5 - на взрослого знакомого, 2,9 - на своего приятеля, сверстника, 2,4 - на деда, бабушку, 0,5 - на своего учителя [4 с.36].

Можно сказать, что в приведенных данных просматривается, прежде всего, тенденция: право на свою индивидуальность, что является показателем высшей формы отношения молодежи к действительности.

У большинства молодых людей появляется убеждение в том, что рыночные отношения способствовали бы развитию возможностей личности в плане культурной идентификации, разрушили бы идеологический диктат, обеспечили бы отход от традиций и дали бы простор формированию широкого спектра идей и цен-

ностных ориентаций. Но при этом следует учесть то, что реализация предоставляемых рынком возможностей, зависит от имеющихся материальных ресурсов. Большинство молодых людей желают попробовать себя в бизнесе, или устроиться в частный сектор экономики. Вместе с тем, следует отметить, у отдельной части молодежи существуют утверждения того, что они не будут работать по специальности и рассматривают в качестве единственного критерия своей будущей работы уровень оплаты. Естественно результатом такого пожелания выступает наличие в стране рыночных отношений и экономической нестабильности.

Главная суть здесь состоит в том, что первичная социализация не может происходить без эмоционально заряженной идентификации ребенка с его значимыми другими, вторичная социализация по большей части может обойтись без таковой и эффективно протекать лишь на фоне взаимной идентификации, которая является составной частью любой коммуникации между людьми.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Национальный статистический комитет, Кыргызстан в цифрах [Текст]: - Бишкек, 2017.
2. Маткеримов, Н.Т. Социализация учащейся молодежи в республике Кыргызстан [Текст]: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04 / Н.Т. Маткеримов. - Санкт-Петербург, 2010. - 204 с.
3. Об основах государственной молодежной политики [Электронный ресурс]: закон Кырг. Респ. от 25.06. 2009 года (в ред. Законов Кырг. Респ. от 27 января 2012 года №62). - Режим доступа: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/gu-ru/93426>. - Загл. с экрана.
4. Жолдошева, А.Ш. Социализация молодежи Кыргызстана в условиях рыночной экономики [Текст]: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04 / А.Ш. Жолдошева. - Бишкек, 2018. - 180 с.
5. Сорокин, П.А. Социокультурная динамика и эволюционизм [Текст]: / П.А. Сорокин // Американская социологическая мысль. - М., 1996., - 554 с.
6. Сергеев, В.К. Молодежная субкультура в условиях мегаполиса [Электронный ресурс]: / В.К. Сергеев: // Институт социально-политических исследований РАН. - Режим доступа: - <https://www.google.com/search?q=Сергеев%2C+> - Загл. с экрана.

**Рецензент:** Усубалиева А. А., кандидат социологических наук, доцент КНУ им. Ж.Баласагына

УДК 811:378

**Ибраимова Ж.Т.,**  
*КМЮАнын ага окутуучусу*  
*Мамлекеттик, расмий, дүйнөлүк тилдер*  
*жана лингвистикалык технологиялар*  
*борборунун ага окутуучусу*  
**Ибраимова Ж.Т.,**  
*старший преподаватель Центра*  
*государственного,*  
*официального, мирового языков и*  
*лингвистических технологий КГЮА*  
**Ibraimova G.**  
*Center of State, official, world languages*  
*and linguistic technologies KSAL*  
*моб.т.:+996 (705) 204067*  
*e-mail: ibraimovaj@bk.ru*

#### ТИЛДИ ҮЙРӨТҮҮДӨ КОМПЕТЕНТТҮҮЛҮК ЖАНА ЖАҢЫ ТЕХНОЛОГИЯЛАР

#### КОМПЕТЕНТНОСТЬ В ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

#### THE LANGUAGE TEACHING COMPETENCE AND MODERN TECHNOLOGY

**Аннотация:** Бул макалада тилди үйрөтүүдөгү компетенттүүлүк, компетенттүүлүктүн студенттерге коомго тийгизген таасири, ролу жана сабак өтүүдөгү интерактивдүү усулдардын эффективдүүлүгү туурасында жазылды

**Аннотация:** В данной статье говорится о роли и пользе компетенции и компетентности студентов в обществе и об эффективности интерактивных методах обучения.

**Annotation:** This article describes the role and benefits of the competence and competence of students in society and the effectiveness of interactive teaching methods.

**Негизги сөздөр:** интерактив; эффективдүү; компетенттүүлүк; билим; тил; пайдалуу; сабак.

**Ключевые слова:** интерактивный; эффективный; компетентность; знание; язык; полезное; урок.