

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Филологиялық серия
1997 жылдан бастап шығады



ВЕСТНИК ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА

Филологическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-3528

№ 2 (2026)

Павлодар

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ТОРАЙГЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА**

Филологическая серия

выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

О постановке на переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания

№ KZ30VPY00029268

выдано

Министерством информации и общественного развития
Республики Казахстан

Тематическая направленность

публикация материалов в области филологии

Подписной индекс – 76132

<https://doi.org/10.48081/BGQF1973>

Бас редакторы – главный редактор

Жусупов Н. К.

д.ф.н., профессор

Заместитель главного редактора

Анесова А. Ж., *доктор PhD*

Ответственный секретарь

Уайханова М. А., *доктор PhD*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Дементьев В. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Еспенбетов А. С., *д.ф.н., профессор*

Трушев А. К., *д.ф.н., профессор*

Маслова В. А., *д.ф.н., профессор (Белоруссия)*

Пименова М. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Баратова М. Н., *д.ф.н., профессор*

Аймухамбет Ж. А., *д.ф.н., профессор*

Шапауов Ә. Қ., *к.ф.н., профессор*

Искакова З. С., *технический редактор*

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

<https://doi.org/10.48081/BGQF1995>

***М. Ш. Мусатаева¹, Ә. М. Какимова²**

^{1,2}Қазақхский национальнй педагогический университет имени Абая,
Республика Казахстан, г. Алматы.

¹ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1409-3151>

²ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9131-4480>

*e-mail: mussatayeva@mail.ru

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ЯЗЫКЕ КАЗАХСТАНСКОЙ ПРЕССЫ И ЕЕ РЕЦЕПЦИЯ

Социокультурная идентичность является одной из важнейших составляющих личности каждого индивида, которая формируется под влиянием различных факторов (этническая принадлежность, религия, язык, образование и др.). В многонациональном Казахстане социокультурная идентичность формируется на «перекрестке» мировоззрений представителей свыше 124 национальностей и основных религиозных конфессий, и соответственно – носителей различных языков и культур. Кроме того, сосуществование в общем для всех граждан казахстанском социуме, шкала принятых в обществе социальных норм и морально-этических ценностей также оказывают существенное влияние на формирование социокультурной идентичности. Язык прессы становится инструментом передачи информации, а также отражением ценностей, норм и образа жизни определенного сообщества или нации. В связи с этим целью данной статьи является репрезентация социокультурной идентичности представителей казахстанского поликультурного общества, в связи с чем анализируются способы и средства языковой объективации данного феномена в языке масс-медиа. Результаты SEO-анализа и социологического опроса позволяют определить этническую и социальную принадлежность респондентов, их мировосприятие и умение интегрироваться с представителями других культур, соответственно подтверждают достоверность и обоснованность полученных авторами результатов.

Ключевые слова: социокультурная идентичность, Казахстан, масс-медиа, репрезентация, анкетирование, культура, поликультурное казахстанское общество.

Введение

На современном этапе проблема социокультурной идентичности особую актуальность приобретает в мультикультурном социуме, к числу которого относится и многонациональный Казахстан, в котором гармонично сосуществуют представители различных культур и конфессий. В соответствии с вызовами быстроменяющегося мира, с одной стороны, наблюдаются центростремительные усилия к глобализации, а, с другой, – центробежные, направленные на сохранение этнической культуры. И эти процессы наблюдаются во всем мире, однако в Казахстане эта проблема тесно связана и с языковой идентичностью, где еще ощутимо влияние русского языка. Как известно, ослабление позиции государственного языка, каковым является казахский – язык титульной нации, неизбежно может привести к постепенной утрате и культурной идентичности. Эта проблема не может не волновать общество, и отражением умонастроения которого, своеобразным «барометром», является пресса [1]. Изо дня в день возрастает количество публикаций, в которых освещаются различные мероприятия, посвященные популяризации казахского государственного языка. Безусловно, это обстоятельство в некоторой степени вызывает скрытое недовольство русскоязычной части населения, по укоренившейся советской традиции, считающей главным языком – русский. Как видно, значимость исследования проблемы социокультурной идентичности заключается в глубоких преобразованиях, которые претерпевает социокультурная идентичность в современном мире, на содержание которой оказывает влияние множество экстралингвистических факторов.

Материалы и методы

В данном исследовании для анализа фактического материала статьи используются количественные и качественные методы анализа. Основное внимание уделяется пониманию того, как различные аспекты казахстанской социокультурной идентичности отражаются в периодической печати и цифровых медиа-платформах, а также анализу лингвистических и семиотических элементов, используемых для формирования общественного восприятия идентичности.

Для отбора статей и контента использованы следующие методы:

а) целенаправленная выборка из различных источников: печатных СМИ («Казахстанская правда», «Егемен Казахстан» и «Литер», «Tengrinews», «Villagekz» и др.) и цифровых медиа (мультимедийный контент с известных

новостных онлайн-порталов, таких как «Tengrinews», «Villagekz», «Kaznews» и др.), публикации в которых охватывают широкий спектр тем, связанных с культурными событиями, политическим дискурсом и социальными проблемами, чтобы обеспечить всестороннее представление о текущих событиях и различных аспектах идентичности (языковой, этнической, этнокультурной, социокультурной, мультилингвальной, транслингвальной и др.).

б) метод количественных характеристик, позволяющий выявить текстовые характеристики и установить частотность языковых единиц, эксплицирующих понятия социокультурная идентичность.

в) *SEO-анализ*, направленный на выявление ключевых слов, составляющих семантическое ядро текстов в интернет-ресурсах при обсуждении социокультурной идентичности в Казахстане, что может служить подтверждением достоверности и обоснованности полученных результатов.

г) рецептивный эксперимент, позволяющий выявить отношение респондентов к объекту обсуждения сквозь призму понимания значений рассматриваемых понятий.

д) интерпретационный, для обобщения полученных результатов.

Сочетание различных методов исследования позволяют глубокое и многостороннее понимание изучаемой проблематики. Благодаря использованию разнообразных методов анализа фактического материала получено представление о тенденциях в развитии социокультурной идентичности казахстанского социума.

Контингент респондентов включает 50 % молодого (студенческой и работающей городской/ сельской молодежи) и 50 % взрослого населения. Основным критерием возрастного разграничения является до и после 80-х годов прошлого столетия. Представляется, что такая градация позволяет выявить динамику в социокультурной идентичности казахстанцев разных поколений.

Прежде чем приступить к рассмотрению объекта нашего исследования, остановимся на его ключевых понятиях репрезентация и социокультурная идентичность.

Термин репрезентация в социально-гуманитарном знании охватывает различные области, но ее анализ в связи с коммуникацией, взаимодействием и деятельностью субъектов культурного сообщества остается недостаточно изученным. Так, в предыдущей структурной научной парадигме лингвистика отвечала на вопрос КАК устроен язык, то в современной антропоцентрической парадигме она пытается ответить на вопрос ПОЧЕМУ он так устроен. Для этого необходимо обращение к семантическому аспекту языка, что, в свою очередь, требует выхода за пределы языковой системы и интеграции с другими науками о человеке: когнитологией, прагматикой, социологией, культурологией, дискурсологией и др. Анализ

плана содержания центральных единиц «сдвоенных» лингвистических направлений (лингвокогнитологии, социолингвистики, лингвопрагматики и др.) заключается в репрезентации эксплицитных и имплицитных значений. Соответственно в современных семантических исследованиях термин репрезентация является доминирующим.

Первичные значения слова «репрезентация» связаны с заменой объекта его символом в контексте знаково-символического понимания, социального конструирования и «производства реальности». Репрезентация рассматривается как второстепенный элемент по отношению к реальному миру и его представлениям. Этот термин стал широко использоваться в 1990-е годы, хотя он давно применяется в европейских языках. В английском языке «репрезентация» тесно связана с различными действиями: выступлением от чьего-либо имени (часто в официальном дискурсе), выступлением в качестве символа чего-либо (в искусстве, религии и т.д.) и заменой кого-либо или чего-либо. Во французском языке «репрезентация» – это рациональное действие, осуществляемое посредством знака, символа или изображения, главным образом в сфере искусства, текстов, перформансов и явлений массовой культуры, что по своей сути подразумевает диалогичность такого действия [2].

Обратимся к истории внедрения данного термина в научный обиход.

Э. Гуссерль рассматривал «репрезентацию» в контексте имажинального воспроизведения объекта, тогда как «представление» выступает в качестве основы фактуальности. Это различие подчеркивает важность лингвистического и семиотического анализа, а также изучения специфики конструирования социокультурной реальности [3].

Сложность концепции репрезентации, по К. Гинзбургу, заключается в следующем: с одной стороны, репрезентация предполагает демонстрацию чего-либо, а с другой – это действие (в результате которого что-то предстает взору или уму). Акт репрезентации направлен не просто на то, чтобы создать иллюзию присутствия при отсутствии объекта, но и на то, чтобы обеспечить его законное символическое представление. Это значение также перекликается с юридическими коннотациями «репрезентации» как «подмены». В современной массовой культуре эквивалентом заметности является популярность, но для других дискурсов возможны и другие варианты, такие как доверие к научному сообществу [4].

Исходя из вышеизложенного, в наших исследованиях, посвященных различным формам идентичности (языковая, транслингвальная, этнокультурная, мультилингвальная), репрезентация является ключевым словом.

Что касается понятия социокультурная идентичность, то в обобщенной формулировке его можно представить как осознание личностью своей принадлежности к определенной социальной или культурной группе,

основанной на совокупности этнических, социальных, исторических и личных аспектов собственного восприятия. Сложное переплетение этих аспектов предполагает исследование этого феномена с различных позиций (социологической, языковой, психологической, культурологической и антропологической), чем объясняется наличие солидного арсенала научных исследований в зарубежной и отечественной лингвистике.

Исследованию социокультурной идентичности посвящены труды таких исследователей дальнего зарубежья, как: Э. Эриксон, С. Холл, П. Бурдьё, А. Грамши, Б. Андерсон, Х. Баба, Ч. Тейлор, Ф. Барт, Дж. Клэнси, К. Тейзе, О. Аксой и др.; ближнего зарубежья: С. Арутюнов, Т. Дридзе, А. Левинсон, В. Тишков, Е. Балыхина, Л. Гудков, И. Левенец, Ю. Платонов, Н. Лебедева, Л. Ионин, А. Крылова, Е. Шабанова, И. Осипов, В. Ядов, Н. Лукьянова и др.; а также отечественных: Э.Д.Сулейменова, Н. Ж. Шаймерденова, Ж. Смагулова, Ш. К. Жаркынбекова, Л. Ахметова, Р. Кошаев, С. Сейдуманов, Э. Алдеков, М. Лаумулин, А. Смагулова, А. Досжанова, А. Мухамедова и др.

Поскольку труды этих ученых значительно расширяют наше представление о формировании и развитии социокультурной идентичности в современных условиях, проведем краткий обзор.

Американский психолог Э. Эриксон, внесший в научный обиход понятие «кризис идентичности», развивая теорию психосоциального развития, анализирует проблему формирования личности посредством разрешения различных конфликтов на разных стадиях жизни. Его работы являются весомым вкладом в разработку социальных аспектов индивидуальной идентичности [5].

О тесной взаимосвязи культурной и социальной идентичности свидетельствуют работы британского культуролога С. Холла, в которых представлен динамический и нестабильный характер культурной идентичности в условиях постоянных социальных изменений (в контексте глобализации, постколониализма и медиа) [6].

Концепция «социального капитала» и «габитуса», разработанная французским социологом П. Бурдьё, описывает тесную взаимосвязь восприятия и воспроизводства социальной структуры и идентичности в рамках определённых культурных и социальных контекстов [7].

Исследования социокультурной идентичности российских ученых охватывают широкий спектр вопросов, связанных с национальной, этнической, культурной и гражданской идентичностью. Так, в трудах следующих авторов отражены ключевые вопросы данной проблемы: Т. М. Дридзе (влияние языка и культуры на формирование идентичности и процесс социального взаимодействия через призму дискурсивных и семиотических подходов), А. Г. Левинсон (восприятии россиянами своей национальной и гражданской идентичности в условиях изменений и

трансформаций), Е. М. Балыхина (вопросы культурной памяти, влияющей на формирование идентичности; роль языка, истории и культурных символов в создании коллективной памяти, что влияет на восприятие идентичности) и др. [8, 9, 10].

В научных публикациях казахстанских ученых активно исследуются вопросы социокультурной идентичности в контексте постсоветской трансформации, этнического многообразия и глобализации. Одним из центральных вопросов является осмысление национальной идентичности в условиях мультикультурного общества, в котором в гармонии и согласии проживают представители разных этнических групп (казахи, русские, уйгуры, корейцы и др.). Проведем краткий обзор.

В трудах ведущего ученого-социолингвиста РК Э. Д. Сулейменовой рассматриваются проблемы формирования различных аспектов идентичности (гражданской, этнической, языковой и др.). В работах ученого проблема различных форм идентичности рассматривается в тесной взаимосвязи с языковой трансмиссией, языковой ситуацией, языковой политикой и языковым планированием [11].

Так, в работах Л. Ахметовой и Р. Кошаева, рассматривается процесс формирования казахстанской идентичности через призму истории, культуры и языка. Объектом исследования Л. Ахметовой является роль истории и национальной памяти в конструировании современной казахстанской идентичности. Она акцентирует внимание на важности изучения исторической памяти для формирования казахстанского патриотизма и национальной идентичности [12].

Одним из важных аспектов исследований является межэтническая гармония в Казахстане. В работах таких ученых, как А. Смагулова и А. Досжанова, анализируются вопросы межэтнического взаимодействия и способов поддержания социальной стабильности через культурный диалог. Так, А. Смагулова, рассматривая межэтнические отношения и культурную идентичность, уделяет внимание роли языка как основного фактора, влияющего на идентичность, и анализирует взаимодействие казахского и русского языков в процессе формирования социокультурной идентичности, а также вопросы билингвизма и его влияния на культурное самосознание различных этнических групп [13].

С. Сейдуманов рассматривает проблемы культурной интеграции этнических меньшинств в Казахстане через призму языковой политики: как языковая политика способствует или, наоборот, препятствует формированию единой социокультурной идентичности в многонациональном обществе [14].

Безусловно, в рамках данной статьи приведен далеко не полный перечень исследований по данной проблеме. Тем не менее работы этих

и других ученых значительно расширяют наше представление об особенностях формирования социокультурной идентичности в полиэтническом Казахстане, роль различных факторов в этом процессе.

Как известно, репрезентация бывает двух разновидностей: языковая и образная, под первой из которых подразумевается вербальное, т.е. словесное, выражение того, что у человека находится на ментальном уровне. Безусловно, очень сложная организация ментальности, включающая множество мельчайших нюансов, не может найти стопроцентно адекватного выражения в слове, но слово остается пока единственным наиболее тонким инструментом. Соответственно каждый язык репрезентирует содержание языковой единицы сквозь призму своей национальной культуры и языка. Иначе говоря, выбор слов и выражений в языке прессы может не только передавать информацию, но и выражать определенные социокультурные ценности и традиции. Это, в свою очередь, позволяет читателям лучше понять репрезентируемую информацию сквозь призму миропонимания носителей данного языка и культуры.

В Казахстане, как и в любой другой стране, существует тесная взаимосвязь между национальной культурой, государственной политикой и идентичностью личности (национальной, этнокультурной, языковой, социокультурной и др.). Соблюдение баланса или допущение дисбаланса между этими компонентами триады зависит от принятия решений (какие формы репрезентации используются и какие символические структуры транслируются общественностью и др.), играющего большую роль в формировании общественного «умонастроения» и национальной идентичности в контексте быстро меняющегося социально-политического ландшафта Казахстана.

Результаты и обсуждение

Роль средств массовой информации (СМИ) в Казахстане важна и многогранна, учитывая особенности политической и социальной системы страны. СМИ в Казахстане играют ключевую роль в распространении информации, формировании общественного мнения и влиянии на политические процессы. Согласно результатам социологического исследования 2022 года, «Казахстанцы больше всего доверяют телевидению (58,1 %), на втором месте – новостям из интернета (34,3 %). Больше половины населения доверяют государственным медиа (51,4 %), частным доверяют только 9,6 %. Доля тех, кто не доверяет никому, составила 39 %» [15].

Исходя из этого, попытаемся проанализировать газетные тексты преимущественно в государственных СМИ, посвященные проблемам социокультурной идентичности, проблеме в поликультурном Казахстане.

Процедура извлечения текстов, представляющих интерес, осуществлялась следующим образом: в поисковике сайтов газет выпуска 2020-2024 года, «Егемен Қазақстан» – «Казахстанская правда»; – «Литер»; «Tengrinews», «Village.kz» вводилось название тегов: «социальный», «культура», «коғам» «мәдениет». В итоге было получено 150 текстов, содержащих информацию социокультурной идентичности, этнической проблеме в Казахстане. Из них в казахскоязычной прессе – 35 текстов, в русскоязычной – 115. В таблице 1 представлены данные о количестве текстов в каждой из проанализированных газет.

Таблица 1 – Данные по результатам первичного поиска материала

Источник	Количество текстов первичного поиска
Егемен Қазақстан	35
Tengrinews	23
Village.kz	30
Казахстанская правда	32
Литер	35
Итого	150

При проведении SEO-анализа было выделено 10 доминантных слов, которые представлены в виде диаграммы (рисунок 1).



Рисунок 1 – Процентное соотношение 10 самых популярных слов в тексте.

В данной диаграмме представлено 10 частотных слов в 150 газетных текстах:

Слово «социальный» занимает первое место по значимости (29 %), потому что оно отражает основу существования человеческого общества. Люди живут в обществе, и их поведение, развитие и выживание зависят от взаимодействия с другими членами социума. Социальные связи определяют жизнь человека от рождения до смерти. Соответственно личность формируется исключительно в социуме.

Лексемы «культура», «Казахстан», «быть» (10 %) занимают второе место по значимости, так как они тесно связаны с понятием «социальный» и отражает духовную, интеллектуальную и материальную деятельность человека в обществе. Культура является основой формирования личности и развития общества, занимая важное место в его организации, поскольку культура сама по себе является продуктом социальной жизни, ибо формируется в обществе и через него передается из поколения в поколение.

Глагол быть имеет экзистенциональное (бытийное) значение: человек «бытует», т.е. существует в конкретном социуме и конкретной культуре.

Имя собственное «Казахстан» занимает второе место, так как оно отражает государственную идентичность населения, мотивированное названием титульной нации – казахов.

Нарицательное существительное «год» (9 %) и прилагательное «национальный» (8 %) играют ключевую роль в организации жизни общества и личности. Например, слово «год» универсально для описания времени, структурирует индивидуальную и общественную жизнь, а также связывает прошлое, настоящее и будущее. Слово «национальный» является доминантным, потому что оно концентрирует в себе ключевые аспекты, связанные с государственностью, культурой и идентичностью. Оно выражает стремление общества к сплочению, развитию и сохранению своих ценностей.

В наименьшем количестве представлены лексемы «страна», «работа», «гражданин» и «новый» (6 %), что, на наш взгляд, обосновано ограниченностью их использования контекстом.

Приведем в нижеследующей таблице в качестве примера 2 фрагмента из проанализированных 150 газетных текстов.

Таблица 2 – Фрагментарное представление газетных текстов

Название статьи	Рубрика, стр	дата	Автор	Контекст	Лид
Социальный курултай	https://kazpravda.kz/n/sotsialnyy-kurulтай/	26 ноября 2023 г	АКБАРС ДАУТ	– Социальные предприниматели являются важными партнерами государственных органов и вносят значимый вклад в развитие экономики и решение актуальных социальных проблем. В настоящее время в Казахстане в Реестр социальных предпринимателей включены более 200 предприятий. Уверен, что потенциал социального предпринимательства в нашей стране намного выше. Мы рассчитываем, что данная сфера продолжит поступательно развиваться, – отметил спикер Сената и ознакомил участников с механизмами государственной поддержки социальных предпринимателей в Казахстане.	Спикер Сената Парламента РК Маулен Ашимбаев принял участие в работе первого Центрально-Азиатского курултая по развитию социального предпринимательства.

Одной из основных задач SEO анализа является правильное использование ключевых слов в тексте. Важно учитывать различные формы ключевых слов – не только существительные, но и производные формы (глаголы, прилагательные). Поэтому был проведен SEO анализ частеречной принадлежности слов в газетных текстах (таблица 3).

Таблица 3 – Частеречная принадлежность слов, сочетающихся с ключевыми лексемами

Имя существительное	4086
Имя прилагательное	1010
Союз	288
Наречие	245
Глагол	98
Местоимение	95
Имя числительное	72
Предлог	65
Частицы	36
Междометие	9

Как известно, части речи основаны на когнитивных структурах, иллюстрирующих когнитивные механизмы, лежащие в основе языкового выражения и восприятия мира. Представленную в таблице информацию о частеречной принадлежности слов в анализируемых фрагментах текстов, исходя из того положения, что язык – это не только средство общения, но и инструмент организации знания, целесообразно анализировать эти языковые единицы не как формальные категории, а как результат когнитивных процессов, отражающих способы организации информации в сознании человека.

Как видно из таблицы, по количеству доминируют имена существительные (4086), что вполне объяснимо ролью данной части речи в когнитивной перспективе – номинация объектов и явлений, фиксирующая сущности в сознании человека с целью классификации окружающего мира, т.е. их ключевой ролью в языковой категоризации и концептуализации мира, способствуя созданию категорий, основанных на схожести и различиях между объектами.

На втором месте находятся имена прилагательные – 1010 слов. Как известно, когнитивная функция имен прилагательных заключается в описании свойств и признаков объекта, благодаря чему мы можем структурировать и осознавать окружающий нас концептуальный мир. Обозначая непроцессуальный признак предмета, прилагательные играют большую роль в формировании семантических связей в предложении, т.е. могут изменять смысл предложения в зависимости от контекста и выполняемой синтаксической роли.

Дальше по убывающей идут союзы (288), которые выполняют важную синтаксическую и когнитивную роль в языке – в передаче причинно-следственных, временных и условных связей в языке, влияя на то, как мы воспринимаем и структурируем информацию. Союзы помогают выражать

логические связи между частями текста, отражая более сложные ментальные операции. Как отмечает Е.С.Кубрякова, несмотря на отсутствие лексического значения, союзы придают дополнительную семантику предложению, формируя различные смысловые отношения, такие как противоречие, условие, причина, следствие и др. [16]. Как видно, союзы являются важным элементом языковой системы, играющим большую роль в организации мыслей и структурировании текста на разных уровнях.

Наречия (245), занимая промежуточное положение между знаменательными и служебными частями речи, играют особую роль в когнитивных процессах, способствуя более точному и детальному описанию действия и состояния. [17]

Глаголы (98) менее стабильны с точки зрения лексической нагрузки, так как часто подвергаются преобразованию (номинализация, использование деепричастий, причастий). Это снижает их частотность в текстах с высокой степенью абстракции.

Местоимения (95) часто заменяют существительные или используются для связи между частями текста, они выполняют вспомогательную функцию и не содержат семантической нагрузки, что делает их менее значимыми для смыслового анализа текста.

Числительные (72) используются только в ситуациях, где требуется конкретное указание количества, порядка или измерения, потому занимают узкую нишу применения, что автоматически снижает их частотность.

Предлоги (65) служат для связывания слов и выражения отношений между ними, но не являются носителями основных значений, они относятся к категории служебных слов, которые не несут информации о содержании текста, а лишь структурируют его.

Частицы (36) выражают оттенки смысла (утверждение, отрицание, усиление) и используются для модификации высказывания. Их количество ограничивается задачей текста и стилем, как и предлоги, частицы относятся к служебным частям речи, и их роль в когнитивной обработке текста минимальна.

Существительные и прилагательные занимают лидирующие позиции, так как они являются основными носителями информации и понятийного содержания, другие части речи играют вспомогательную или структурирующую роль, что объясняет их низкую частотность в текстах, особенно научных и аналитических [17].

Следующим этапом исследования было проведение рецептивного эксперимента посредством Yandex-Forms целью выявления особенностей понимания респондентами значения самого терминосочетания социокультурная идентичность и их отношения к данной проблеме, результаты которого будут освещены в последующих публикациях.

Перспективы исследования. В условиях цифровизации и усиления влияния социальных сетей репрезентация идентичности выходит за рамки традиционной прессы и требует нового методологического подхода, включающего анализ цифрового дискурса, мультимедийных форматов и сетевых практик.

Выводы. Таким образом, в современную эпоху широкомасштабной глобализации из-за ряда сложностей процесс формирования единой социокультурной идентичности в Казахстане сталкивается с рядом трудностей, поэтому особенности, способы и средства ее репрезентации в языке казахстанской прессы приобретают особую значимость.

СМИ в Казахстане выступают своеобразным «зеркалом» социума: они отражают ценности, интересы и ожидания граждан, фиксируют напряжённость между традицией и модернизацией, глобальными и локальными тенденциями.

Результаты SEO-анализа и количественно-качественного исследования показали, что в газетных текстах доминируют лексемы, связанные с социальными и культурными реалиями («социальный», «культура», «национальный», «Казахстан»). Это указывает на то, что именно через такие понятия формируется коллективное представление об идентичности.

Анализ газетных материалов показывает, что дву- и полиязычие в Казахстане остаются важнейшими факторами формирования идентичности. В коммуникативном пространстве наряду с казахским активно функционирует русский язык, но изо дня в день казахский язык как государственный укрепляет свои позиции во всех сферах и демонстрирует курс на консолидацию общества вокруг национальных символов и культурных ценностей. Анализ анкетирования показал, что молодёжь в большей степени демонстрирует гибкость и открытость к диалогу культур и транслингвальной коммуникации, тогда как старшее поколение более ориентировано на сохранение традиционных ценностей, что свидетельствует о разнонаправленных тенденциях внутри социокультурной идентичности. Тем не менее на основании вышеизложенного можно утверждать об укреплении государственной идентичности казахстанцев независимо от их этнической, языковой и конфессиональной принадлежности. Полученные результаты исследования показывают, что язык СМИ является не только инструментом передачи информации, но и активным механизмом формирования социокультурной идентичности. Это открывает перспективы для дальнейших исследований в области медиалингвистики, когнитивной лингвистики и социологии коммуникации.

Таким образом, социокультурная идентичность в Казахстане формируется на пересечении национальных, культурных и языковых факторов. Язык СМИ при этом выполняет ключевую функцию — он не

только отражает происходящие в обществе процессы, но и активно участвует в их моделировании, влияя на восприятие и самоидентификацию граждан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 **Мусатаева, М. Ш., Какимова, А. М.** Языковая идентичность как интериоризируемое свойство // ИЗВЕСТИЯ. КазУМОиМЯ имени Абылай хана, серия «Филологические науки» [Текст] – 2024. – С. 191–204.
- 2 **Режабек, К.** Мировоззренческие смыслы культуры через медиа–репрезентации // Коммуникология [Текст]. – 2019. Т.7, №3. – С. 6–22.
- 3 **Гуссерль, Э.** Картезианские размышления: введение в феноменологию [Текст]. – Гаага: Мартинус Нийхофф, 1960.
- 4 **Гинзбург, К.** Подсказки, мифы и исторический метод [Текст]. – Балтимор: Издательство Университета Джонса Хопкинса, 1989.
- 5 **Эриксон, Э.** Идентичность: юность и кризис [Текст]. – М.: Прогресс, 1996.
- 6 **Hall, S.** Cultural Identity and Diaspora [Text]. In J. Rutherford (Ed.), Identity: Community, Culture, Difference. – London: Lawrence & Wishart, 1990. – P. 222-237.
- 7 **Бурдье, П.** Физическое и социальное пространство [Текст]. – Париж: Сой, 1990.
- 8 **Дридзе, Т. М.** Язык межкультурной коммуникации и проблемы социокультурной идентичности [Текст]. – М.: Наука, 1999.
- 9 **Левинсон, А. Ю.** Общественное мнение: Как формируется и что влияет на идентичность [Текст]. // Социология власти, – 2010.
- 10 **Балыхина, Е. М.** Культурная память и языковая идентичность [Текст]. // Вопросы филологии и культурологии, – 2017.
- 11 **Сулейменова Э. Д.** Выбор языка и корреляции языковой трансмиссии [Текст]: монография / Э. Сулейменова, М. Акберди, Г. Койшыбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 184 с.
- 12 **Ахметова, Л. Ж.** Историческая память и национальная идентичность в Казахстане [Текст]. — Алматы : Қазақ университеті, 2015.
- 13 **Смагулова, А. Т.** Язык и социокультурная идентичность в Казахстане [Текст]. – Алматы : Ғылым, 2013.
- 14 **Сейдуманов, С. Т.** «Роль казахского языка в формировании национальной идентичности» [Текст]. // Журнал социальных исследований, – 2019, № 3. – С. 45–52.
- 15 39 % казахстанцев не доверяют СМИ. [Электронный ресурс]. — URL: <https://informburo.kz/novosti/39-kazaxstanccev-ne-doverayayut-smi> (Дата обращения: 27.11.2024)

16 **Кубрякова, В. В.** Части речи в когнитивном, прагматическом и лингвокультурологическом освещении [Текст]. – М. : Языки славянской культуры, 2004.

17 **Кубрякова, В. В.** Наречие в системе частей речи [Текст] // Функциональная грамматика. – Москва: Наука, 1997.

REFERENCES

1 **Musatayeva, M. Sh., Kakimova, A. M.** Yazykovaya identichnost' kak interiorizuyemoye svoystvo [Linguistic identity as an internalized property] // IZVESTIYA. KazUMOI MYA imeni Abylay khana, seriya «Filologicheskiye nauki» [Text]. – 2024. – P. 191–204.

2 **Rezhbek, K.** Mirovozzrencheskiye smysly kul'tury cherez media-reprezentatsii. [Ideological meanings of culture through media representations] // Kommunikologiya [Text]. Vol. 7, № 3. –P. 6–22.

3 **Gusserl', E.** Kartezianskiye razmyshleniya: vvedeniye v fenomenologiyu. [Cartesian Meditations: Introduction to Phenomenology] [Text]. Martinus Nihoff, 1960.

4 **Ginzburg, K.** Podskazki, mify i istoricheskiy metod. [Clues, Myths, and Historical Method] [Text]. Izdatel'stvo Universiteta Dzhonsa Khopkinsa, 1989.

5 **Erikson, E.** Identichnost': yunost' i krizis. [Identity: Youth and Crisis.] [Text]. – Moskva: Progress, 1996.

6 **Hall, S.** Cultural Identity and Diaspora [Text] // In J. Rutherford (Ed.), Identity: Community, Culture, Difference. – London: Lawrence & Wishart, 1990. – P. 222–237.

7 **Burd'yo, P.** Fizicheskoye i sotsial'noye prostranstvo. [Physical and Social Space] [Text]. – Parizh: Soy, 1990.

8 **Dridze, T. M.** YAzyk mezhkul'turnoy kommunikatsii i problemy sotsiokul'turnoy identichnosti. [The language of intercultural communication and problems of sociocultural identity] [Text] –Moscow : Nauka, 1999.

9 **Levinson, A. YU.** Obshchestvennoye mneniye: Kak formiruyetsya i chto vliyayet na identichnost'. [Public opinion: How it is formed and what influences identity] [Text] // Sotsiologiya vlasti. –2010.

10 **Balykhina, YE. M.** Kul'turnaya pamyat' i yazykovaya identichnost'. [Cultural memory and language identity] [Text] // Voprosy filologii i kul'turologii. – 2017.

11 **Suleymenova E. D.** Vybor yazyka i sootvetstviye yazykovoy peredachi [Language choice and correlation of language transmission] [Text]: monografiya / E. Suleymenova, M. Akberdi, G. Koyshybayeva. – Almaty : Kazakhskiy universitet, 2016. – 184 s.

12 **Akhmetova, L. ZH.** Istoricheskaya pamyat' i natsional'naya identichnost' v Kazakhstane. [Historical memory and national identity in Kazakhstan.] [Text]. –Almaty: Kazakhskiy universitet, 2015.

13 **Smagulova, A. T.** YAzyk i sotsiokul'turnaya identichnost' v Kazakhstane. [Language and sociocultural identity in Kazakhstan] [Text]. –Almaty: Gylm, 2013.

14 **Seydumanov, S. T.** Rol' kazakhskogo yazyka v sravnenii s natsional'noy identichnost'yu. [The role of the Kazakh language in comparison with national identity] [Text] // Zhurnal sotsial'nykh issledovaniy. – 2019, №3, – P. 45–52.

15 39 % kazakhstantsev ne doveryayut SMI. [39% of Kazakhstanis do not trust the media] [Electronic resource]. — URL: <https://informburo.kz/novosti/39-kazaxstancev-ne-doverayut-smi> (Access date: 27.11.2024)

16 **Kubryakova, V. V.** Chasti rechi v kognitivnom, pragmaticheskom i lingvokul'turologicheskom rezhime. [Parts of speech in the cognitive, pragmatic and linguacultural mode] [Text] – Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2004.

17 **Kubryakova, V. V.** «Narechiye v sisteme chastey rechi» [Adverb in the system of parts of speech] [Text] // Funktsional'naya grammatika. – Moscow : Nauka, 1997.

Поступило в редакцию 27.11.24.

Поступило с исправлениями 17.10.25.

Принято в печать 21.05.26.

**М. Ш. Мусатаева¹, Ә. М. Какимова²*

^{1,2}Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,

Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

27.11.24 ж. баспаға түсті.

17.10.25 ж. түзетулерімен түсті.

21.05.26 ж. басып шығаруға қабылданды.

ӘЛЕУМЕТТІК-МӘДЕНИ СӘЙКЕСТІКТІ ҚАЗАҚ БАСПАСӨЗІ ТІЛІНДЕ БЕРІЛУІ ЖӘНЕ ОНЫҢ РЕЦЕПЦИЯСЫ

Әлеуметтік-мәдени сәйкестік – ұлт, дін, тіл және басқа да көптеген факторлардың әсерінен қалыптасатын әрбір жеке тұлғаның маңызды құрамдас бөлігі. Көпұлтты Қазақстанда әлеуметтік-мәдени бірегейлік 124-тен астам ұлт пен негізгі діни конфессия өкілдерінің, тиісінше, әртүрлі тілдер мен мәдениеттерде сөйлеушілердің дүниетанымының «қиылысында» қалыптасады. Сонымен қатар, қазақ қоғамындағы барлық азаматтарға ортақ, қоғамда қабылданған әлеуметтік нормалар мен моральдық-этикалық құндылықтардың ауқымы да әлеуметтік-мәдени сәйкестіктің

қалыптасуына айтарлықтай әсер етеді. Баспасөз тілі белгілі бір қауымның немесе ұлттың құндылықтарын, нормаларын, өмір салтын бейнелеумен қатар ақпаратты жеткізу құралына айналады. Осыған байланысты бұл мақаланың мақсаты – қазақ көпмәдениетті қоғамы өкілдерінің әлеуметтік-мәдени болмысын таныту, соған байланысты бұл құбылысты БАҚ тіліндегі тілдік объективтендіру әдістері мен құралдары талданады. SEO талдауының және социологиялық сауалнаманың нәтижелері респонденттердің этникалық және әлеуметтік ортасын, олардың дүниетанымын және басқа мәдениет өкілдерімен интеграциялану қабілетін анықтауға мүмкіндік береді және сәйкесінше авторлар алған нәтижелердің сенімділігі мен негізділігін растайды.

Кілт сөздер: әлеуметтік-мәдени сәйкестік, Қазақстан, БАҚ, өкілдік, сауалнама, мәдениет, көпмәдениетті қазақ қоғамы.

*M. Sh. Mussatayeva¹, A. M. Kakimova²

^{1,2}Kazakh National Pedagogical University of Abai,

Republic of Kazakhstan, Almaty.

Received 27.11.24.

Received in revised form 17.10.25.

Accepted for publication 21.05.26.

REPRESENTATION OF SOCIOCULTURAL IDENTITY IN THE LANGUAGE OF THE KAZAKHSTAN PRESS AND ITS RECEPTION

Sociocultural identity is one of the most important components of the personality of each individual, which is formed under the influence of various factors, such as nationality, religion, language and many others. In multinational Kazakhstan, sociocultural identity is formed at the «crossroads» of worldviews of representatives of over 124 nationalities and major religious denominations, and accordingly – speakers of different languages and cultures. In addition, coexistence in the common for all citizens of the Kazakh society, the scale of social norms and moral and ethical values accepted in society also have a significant impact on the formation of sociocultural identity. The language of the press becomes a tool for transmitting information, as well as a reflection of the values, norms and way of life of a particular community or nation. In this regard, the purpose of this article is to represent the sociocultural identity of representatives of the Kazakh multicultural society, in connection with which the methods and

means of linguistic objectification of this phenomenon in the language of the mass media are analyzed. The results of SEO analysis and sociological survey allow us to determine the ethnic and social affiliation of respondents, their worldview and ability to integrate with representatives of other cultures, respectively confirming the reliability and validity of the results obtained by the authors.

Keywords: sociocultural identity, Kazakhstan, mass media, representation, survey, culture, multicultural Kazakhstani society.

Теруге 21.05.2026 ж. жіберілді. Басуға 30.06.2026 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

6,73 МБ RAM

Шартты баспа табағы 49,0. Таралымы 300 дана.

Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген: З. С. Исакова

Корректорлар: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Тапсырыс № 4553

Сдано в набор 21.05.2026 г. Подписано в печать 30.06.2026 г.

Электронное издание

6,73 МБ RAM

Усл. печ. л. 49,0. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка: З. С. Исакова

Корректоры: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Заказ № 4553

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz