

Казахский университет международных отношений и мировых языков
имени Абылай хана

УДК: 614.2:339.924

На правах рукописи

СОПИЕВА БАЯН АБДУЖАПАРОВНА

**Концептуальное пространство медиадискурса США и Казахстана:
лингвокогнитивный аспект**

6D021000 – Иностранная филология

Диссертация на соискание степени
доктора философии (PhD)

Научные консультанты
докт. филол. наук, проф.
Гиздатов Г.Г.

докт. филол. наук, проф.
Мурашов Ю. В.
Констанцский университет
(Констанц, Германия)

Республика Казахстан
Алматы, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	2
ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА	12
1.1 Современные парадигмы изучения медийного пространства	12
1.2 Медийный дискурс в критических дискурс-исследованиях в лингвистике	29
Выводы по первому разделу	42
2 ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА МЕДИАДИСКУРСА США И КАЗАХСТАНА	45
2.1 Стратификация информационного пространства медийного дискурса США и Казахстана	45
2.2 Спецификация структурирования концептов медийных текстов на материале изданий “The New York Times”, “Жас Алаш”, “Курсив”	76
Выводы по второму разделу	107
3 КОНЦЕПТЫ МЕДИАТЕКСТОВ В АССОЦИАТИВНО-ВЕРБАЛЬНОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ	110
3.1 Интерпретация ассоциативных полей базовых концептов американского медиадискурса	110
3.2 Ассоциативные поля казахских и русскоязычных концептов медиадискурса в Казахстане	121
3.3 Сравнительный анализ ассоциативно-вербального представления медиадискурса США и Казахстана	130
Выводы по третьему разделу	138
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	140
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	142
ПРИЛОЖЕНИЯ	152

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

В настоящей диссертации применяются следующие термины с соответствующими определениями:

Ассоциативное поле - означает группу слов или понятий, связанных между собой ассоциативно, может использоваться для описания сети связанных между собой понятий в массовом языковом сознании.

Домен – информационный фокус в пределах концептуальной сферы, её тематически целостная часть.

Критический дискурс-анализ – метод анализа, который охватывает анализ языка, используемого в контексте социальной иерархии и социальной стратификации. Это означает, что исследование сосредотачивается на языке, который служит инструментом воздействия и поддержания социальной власти, а также формирования социальных различий и иерархий.

Концептуальная сфера (концептосфера) – всё моделируемое информационное пространство, совокупность возможных концептов.

Концепт – в семантике лингвальных сетей частное отдельное понятие в составе парцеллы.

Когнитивное пространство - это термин, используемый в когнитивной психологии и когнитивной науке для описания того, как выявляется человеческий опыт, выражаемый в отношениях между концептами, которые формируются, развиваются и видоизменяются в процессе познания.

Лингвокогнитивные аспекты медиадискурса – особенности, которые относятся к взаимодействию языка и мышления в контексте медиа. Они представляют то, как языковые средства медиадискурса влияют на наше мышление, как мы воспринимаем и интерпретируем информацию, которую получаем из СМИ, и то, как это влияет на наши убеждения и поведение.

Ментальное пространство - когнитивные структуры, которые позволяют нам мысленно конструировать различные концептуальные области и ориентироваться в них.

Медиадискурс – совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия.

Медиатекст – результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений, представленный как результат интерпретации текстов аудиторией на основе опыта их общения со средствами массовой информации.

Медиальное пространство – информационное поле, включающие в себе традиционные и новые медиа, оно всегда в значительной мере отражает реальную речевую и социальную ситуацию своего времени.

Медиальный дискурс – подразумевает все возможные способы передачи сообщения человеком, в то время как "медийный дискурс" традиционно ограничивается текстами, подготовленными журналистами.

Медиум – в медиалогической теории коммуникатор и средство коммуникации, используемые для передачи информации.

Парцелла – информационный фокус в пределах домена, его тематически целостная часть.

Семантика лингвальных сетей - представляет собой исследование связей между лексическими единицами и концептами, а также описания их взаимодействия в рамках текста или дискурса. С помощью лингвистических сетей можно выявить тонкости значений слов и их взаимосвязи в контексте, что реально помогает в понимании смысла текста или дискурса в целом

Современная научная парадигма - представляет собой общую систему представлений, методов, теорий и стандартов, которые принимаются в рамках научного сообщества на определенный период времени. Она определяет, какие проблемы ставят перед собой ученые, как они их решают и какие принципы считаются основополагающими.

Стратификация – стратификация информационного пространства представляет собой процесс деления информационного пространства на различные уровни или категории с учетом разных параметров.

Языковое сознание- совокупность смыслов, имеющих языковую привязку, часть сознания в целом.

NYT – the New York Times

КДА – критический дискурс-анализ

КДИ – критические дискурс-исследования

ЖА – “Жас Алаш”

СЛС – семантика лингвальных сетей

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы работы определена реалиями современного информационного общества, в котором традиционным и новым медиа отводится особое место в процессах восприятия и оценки всего окружающего и происходящего в мире, в том числе в США и Казахстане. Фокус передачи и осмысления информации в самом широком ее понимании определен медийным дискурсом, в этом случае выраженном в ведущих изданиях США и Казахстана.

Концептуальное пространство медиадискурса позволяет выявить те структуры, которые влияют как на создателей текста, так и на его читателей. Подобный подход позволяет прогнозировать степень влиятельности медийного дискурса. В данном диссертационном исследовании актуальность темы определена обращенностью к изданиям, с уже реализованным подходом в информировании и/или становящимся журналистском наполнении конкретных изданий. Только в таком рассмотрении последовательность – *автор и адресат* (издание - читатели) получает объяснение, при этом лингвокогнитивные структуры выявляются как сложноорганизованное взаимодействие элементов массовой коммуникации. Актуальность работы определена также предпринятым в ней междисциплинарным подходом и анализом медийного дискурса в американском и казахстанском медиапространстве. Данный подход обладает верифицируемой спецификой, благодаря которой возможно объективное и полное восприятие современного медиадискурса.

Актуальность темы определена также обращением к таким сложным и неоднозначно трактуемым в гуманитарных науках понятиям как “*концептуальное пространство*”, “*медиаальное и медийное пространство*”, “*информационное пространство*”, каждое из которых имеет порой устоявшийся, а иногда и противоречивый контекст употребления и применения. Так как медиадискурс обращен к концептуальному и информационному пространству человека, то соответственно медиадискурс должен изучаться посредством антропологического, социокультурного, семиотического, филологического, лингвокогнитивного подхода и/или соответствующих парадигм.

Объектом изучения в диссертационном исследовании являются базовые концепты медиадискурса США и Казахстана.

Предметом исследования является лингвокогнитивная специфика проявления базовых концептов медиадискурса информационного пространства США и Казахстана .

Цель работы состоит в разработке структуры концептуального пространства медиадискурса США и Казахстана посредством лингвокогнитивного анализа современной американской и казахстанской медиапрактики в трех информационно-аналитических изданиях США и Казахстана.

В соответствии с поставленной целью в диссертации решаются следующие **задачи**:

- проанализировать основные парадигмы изучения медийного дискурса в современных гуманитарных исследованиях;
- осуществить анализ концептуального пространства американского и казахстанского медиадискурса в лингвокогнитивном аспекте;
- определить лингвистическую специфику проявления ключевых концептов в дискурсе масс-медиа США и Казахстана;
- представить концепты американского и казахстанского медиадискурса в стратификационном анализе на материале “NYT”, “Жас Алаш”, “Курсив”;
- произвести сопоставительный анализ концептов медиадискурса США и Казахстана в ассоциативно-вербальном аспекте.

Теоретической и методологической базой диссертационного исследования являются следующие современные теории и актуальные концепции

Междисциплинарный стык при изучении медиадискурса США и Казахстана осуществляться:

- на теориях современных когнитивных концепций (R.Langacker, G. Fauconnier, С.А.Жаботинская);
- теории медиальности (М.Маклюэн, Р.Дебре, Ю.Мурашов);
- и ряда положений, разработанных в социологических науках (Н.Луман, Е.Я.Таршис);
- теория когнитивного пространства (G.Fauconnier, R.Langacker, A.N. Schlesinger, G.V. Newby), применяется при изучении медийного дискурса США и Казахстана;
- концепция С.А.Жаботинской о семантике лингвальных сетей как формах представления концептуального пространства.
- теория медиальности, согласно которой медиум является сообщением - способом выражения когнитивных установок (М.МсLuhan, N. Luhmann, Ю.Мурашов и др.);
- теория и практика критического дискурс-анализа (далее КДА) (Teun A. vanDijk, N. Fairclough, Р.Водак, Констанцкая школа медиального анализа); в свою очередь, три основных ракурса научного рассмотрения: анализ дискурса как текста, анализ дискурса как дискурсивной практики; анализ дискурса как социальной практики представлены в конкретике рассмотрения в работе;
- методология и методика отечественных ученых в области медийного дискурса (Б.А.Ахатова, З.К.Ахметжанова, Г.Т.Ерсултанова, А.Байгожина, Г.Г.Гиздатов) повлияли на методологию и методику когнитивного и критического дискурс – анализа в данном диссертационном исследовании.

Методы исследования. Для решения поставленных задач и эффективности проверки гипотезы выбор методологии исследования обусловлен его междисциплинарным характером и лингвофилософским системным подходом в дискурсивном осмыслении медиакартины мира. В работе соединены лингвистический и интегративный методы анализа дискурса, текста в целом и медиадискурса, в частности. В связи с этим в исследовании использована универсальная методика лингвистического концептуального

анализа - семантика лингвальных сетей (СЛС) с целью определения базовых концептов анализируемых изданий. Базовым методом исследования является метод КДА и метод медиалогического анализа. Для анализа проявления языкового сознания по отношению к основным концептам применяется методика свободного ассоциативного эксперимента.

Положения выносимые на защиту

1. Парадигма изучения медийного дискурса предполагает интеграцию междисциплинарного подхода, в котором медиа выражены в медиологическом существовании и являются символической реализацией медиума-источника сообщения. В рамках теории когнитивного пространства и теории медиальности выработан методологический и методический аппарат, позволяющий провести исследование когнитивных стратегий и концептуального пространства до, во время и после создания медиатекстов. В работе доказано, что в методологии и практике критических дискурс-исследований на сегодняшний день выработан научный инструментарий, объясняющий концептуальное пространство медиадискурса. Междисциплинарный стык оказывается возможным на пересечении и взаимовлиянии теории ментальности, медиологической теории и социолингвистических концепций, применяемых при анализе текстов СМИ США и Казахстана.

2. Анализ концептуального пространства медиадискурса возможен только при выявлении базового общественно-идеологического проекта, который в качестве “предтекста” определяет политические, социокультурные и лингвокогнитивные структуры и особенности самого информационного пространства. Для американского медиадискурса, в том числе для “NYT”, таковым является либеральный проект. В исследовании показано, что либеральный проект для формирования концептуального пространства “NYT” имеет определяющий характер. В свою очередь по отношению к казахстанской прессе (“Жас Алаш”, “Курсив”) в качестве таковых выявлены евразийский, национальный, либеральный проекты, которые в казахской и русскоязычной прессе имеют специфичные и разнопропорциональные проявления. Данные проекты, действительно, выступают в диссертационном исследовании как основа интерпретации и создания медиадискурса США и Казахстана. Данное положение подтверждается анализом проявления этих концептов в тематической рубрикации изданий. В конкретике лингвистического рассмотрения в лингвокогнитивном проявлении концептуальное пространство имеет интермедиальную и интертекстуальную специфику: американский медиадискурс отличается больше линейной информационной направленностью. В свою очередь казахстанский медиадискурс в пределах изученного материала характеризуется интертекстуальными связями и чрезмерной риторизацией подачи информационного материала.

3. Базовыми концептами, определяющими американское и казахстанское информационное пространство, являются выявленные нами концепты на материале медиадискурса США: *power, individual, society, tradition, religion,*

culture. на материале казахского медиадискурса: *билік, жеке тұлға, қоғам, сал-дәстүр, дін, мәдениет*; а также в русскоязычной прессе Казахстана: *власть, личность, общество, традиция, религия, культура*. Именно эти концепты являются доменами в лингвальной организации информационного пространства. Данная иерархия подтверждается соответствующей организацией рубрик каждого из трех изданий. Данные концепты выявлены нами в информационном пространстве двух стран, они специфичны в конкретном проявлении, но универсальны для современного информационного пространства. Их концептуальная онтология проявляется в разной иерархической последовательности и различается в идеологическом наполнении, что в своей совокупности влияет на лингвокогнитивный аспект реализации в медиадискурсе.

4. Структурирование ключевых концептов американского медиадискурса отличается информационный насыщенностью. В американском медиадискурсе преобладает объективный подход в когнитивной репрезентации концептуального пространства. В свою очередь, в казахстанском медиадискурсе субъективный подход является определяющим как принцип создания журналистского текста. Казахстанский медиадискурс как в казахском, так и русскоязычном проявлении характеризуется постсоветской идентичностью, которая проявляется в риторических приемах подачи информации. Однако процессы универсальной гетерогенной подачи информации становятся характерными и для казахстанского информационного пространства.

5. Выявленные нами ассоциативные поля выявляют и подтверждают ведущие когнитивные стратегии, такие как унифицированное представление информационного пространства, а также локальную риторизацию организации медийного текста и ключевых концептов в понимании внешней реальности. В американском языковом сознании зафиксировано конкретное восприятие концептов, которое полностью соответствует выявленному ранее нами общественно-политическому проекту; в казахском языковом сознании наблюдается субъективная форма понимания базовых концептов; в русскоязычном языковом сознании проявляется абстрагированная оценка идеологических концептов. Все это обнаруживается в высокочастотной зоне ассоциативных полей как самые частотные ассоциации.

Научная новизна диссертации состоит в том, что в ней разработан лингвокогнитивный анализ лингвальных сетей медиадискурса. В диссертационном исследовании дана в критическом плане рассмотрения структура концептуального пространства медиадискурса США и Казахстана, представлена подробная методология и методика ее описания. В диссертации дается теоретическое обоснование категории концептуального пространства американского и казахстанского медиадискурса в рамках лингвокогнитивного подхода. В данной работе также представлен анализ медиального и медийного дискурса в рамках теории и методологии критического дискурс-анализа.

Теоретическая значимость диссертации состоит в развитии становящейся в современной инофилологии теории концептуального

пространства с позиции интегративного подхода. Данное исследование также вносит конкретный вклад в теорию дискурса и когнитивно-дискурсивного подхода в лингвистике. В работе определены основы изучения социокультурных концептов с когнитивно-дискурсивных точки зрения, определены их роли в процессах когниции и коммуникации, что в конечном счете позволяет получить наиболее полное описание концептов в построении концептуального пространства.

Практическая значимость работы связана с возможностью использования полученных результатов при разработке вузовских учебных курсов в бакалавриате, магистратуре и в докторантуре. Перспектива исследования связана с тем, что результаты диссертационного исследования могут быть использованы для дальнейшего развития теории медиальности, а также в разработке спецкурса по лингвокогнитивному аспекту и теории языка медиадискурса.

Материалом исследования является публикации “The New York Times”, “Жас Алаш”, “Курсив”, представленные в СМИ двух стран США и Казахстана за период с 2021 по 2023гг. На материале данных изданий были отобраны базовые концепты, так как в них представлено современное информационное пространство обеих стран в наиболее концентрированном виде. Эти издания соотносятся между собой по очевидной редакционной политике, которая затем реализуется текстовыми и языковыми средствами в контекстуальном наполнении журналистских материалов. В значительной мере казахстанские издания “Жас Алаш” и “Курсив” в своей совокупности (общественно-политическая проблематика “Жас Алаш” и экономическая проблематика в газете “Курсив”) позволяют эти издания на казахском и русском языках полноценно соотнести с “NYT”, безусловно, имеющей более широкую и универсальную для США проблематику. Всего проанализировано 92 статей газеты “NYT”, 96 текстов газеты “Жас Алаш”, 95 статей газеты “Курсив”. Отдельно рассмотрены колонки: 100 (“NYT”), 125 (“Жас Алаш”), 125 (“Курсив”). Кроме того рассмотрены 100 заголовков статей NYT, 125 заголовков статей “Жас Алаш”, 125 заголовков статей “Курсив”.

Выбор изданий также обусловлен тем, что все издания обладают значительной читательской и пользовательской аудиторией: The New York Times - тираж издания- 1,12 миллиона, “Жас Алаш” – тираж -43800, “Курсив”- тираж- 13500. Количество пропорционально соотносятся с общей читательской аудиторией каждой страны.

Материалом дополнительного и сопоставительного анализа являются ассоциативные поля к концептам медиадискурса. Ассоциативные поля получены нами на материале английского, казахского и русского языков, колеблются от 95 до 105 ассоциативных реакций к каждому концепту. Общее количество ассоциативных реакции следующее: на материале английского языка –556; на материале казахского – 641; на материале русского языка – 679.

Апробация результатов исследования.

По теме диссертационного исследования было опубликовано 10 научных статей, из них четыре публикации в ведущих рецензируемых научных изданиях Комитета по обеспечению качества в сфере науки и высшего образования МНВО РК и одна статья в международном рецензируемом научном журнале, входящим в базу Scopus:

1. Cognitive aspects of research of media discourse in Foreign and Kazakhstan; s practice. //Open Access Peer-reviewed Journal Science Review 2(9), February 2018. - Vol.6.- С.54 - 59.

2. Теоретические аспекты изучения американского медиадискурса. //the 9th Conference “21st Century Anglistica” held in commemoration of the 70th anniversary of the English Studies Department. Russia, St. PetersburgStateUniversity 24-26 January 2018. С.64 – 67.

3. Дискурс и идентичность в медиальном пространстве Казахстана». //Вестник КазНУ имени Аль-Фараби. Серия филологическая. – Алматы, 2017. - №3 (167). – С. 132-135.

4. Conceptual Analysis of Mediadiscourse. //Вестник КГУ имени Ш.Уалиханова . Серия филологическая. – №3 – 2017, – С. 131-136.

5. Political and media discourse in the paradigma of CDA. // Известия Национальной Академии Наук РК. Серия общественных и гуманитарных наук. - №1(323) – 2019, – С. 73 – 76.

6. Концептуальное пространство казахстанского медиадискурса: психолингвистические аспекты рассмотрения. //Вестник Eurasian Journal of Philology: Science and Education Серия Филологическая № 1 (177).2020 КазНУ им. Аль-Фараби, Алматы, 2020. – С. 115 – 123.

7. Discourse and Identity in the Medial Space of Kazakhstan //Media Education (Mediaobrazovanie), №58(4) – 2018, – pp.29 – 38 (WoS).

8. The main features of informative space of Kazakhstan mediadiscourse // Journalof Language Research and Teaching Practicevolume #3DOI: 10.32788/jlrtp.2021.3.07. – С.59 – 65.

9. Methodological aspects of studying mediadiscourse // Наука современность: сборник материалов международная научно-практическая конференция магистрантов, докторантов (PhD) и молодых ученых, Казахстанский инновационный университет (Семей) в рамках празднования 25 – летнего юбилея, 19 апреля 2017 г. – С. 54 – 58.

10. Culture as a text and a project in the post-soviet discourse // праξημα. 2023. Вып. 1 (35). С.30-47. DOI:10.23951/2312-7899-2023-1-30-47(Scopus) (в соавторстве).

Структура диссертационной работы. Диссертационное исследование состоит из введения, из трех глав и заключения, списка использованных источников и приложения.

Во введении обосновываются актуальность исследования, его научная новизна, теоретическая и практическая значимость, описываются цели и задачи, предмет, объект, определяются основные положения выносимые на защиту.

В первой главе описаны теоретических аспектов изучения медийного

дискурса. В главе проанализированы современные парадигмы изучения медийного пространства, дан обзор исследования медиадискурса в КДА.

Во второй главе в двух разделах проведен лингвокогнитивный анализ концептуального пространства медиадискурса США и Казахстана. При этом выявлена общая и частная стратификация информационного пространства, а также последовательно выявлена спецификация структурирования ключевых концептов на материале NYT, “Жас Алаш”, “Курсив”.

В третьей главе в трех разделах концепты медиатекстов представлены в психолингвистической интерпретации. Последовательно дана интерпретация ассоциативных полей концептов американского, казахского и русскоязычного медиадискурса, осуществлен сравнительный анализ выявленных ассоциативных полей.

В заключении подведены итоги, обобщены полученные результаты, определены перспективы дальнейшего развития исследования.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

1.1 Современные парадигмы изучения медийного пространства

В данном параграфе представлена разработка в современных гуманитарных парадигмах научного понятия “медиа́льное пространство”, определены также созвучные и\или близкие к нему по сути понятия “картина мира”, “ментальное пространство” и “когнитивное пространство”. Целесообразно в самом начале параграфа указать, что в диссертационном исследовании используются в различном понимании термины “медиа́льный” и “медийный”. При этом второй термин входит в смысловое поле первого: “медиа́льный дискурс подразумевает все возможные способы передачи человеком сообщения, а “медийный дискурс” традиционно подразумевает только тексты печатных и новых медиа. Парадигма исследования медийного дискурса подразумевает использование междисциплинарного подхода, который рассматривает медиа как символическое выражение информации, передаваемой через средства массовой коммуникации. В рамках этой парадигмы методология критического дискурс-анализа предоставляет научные инструменты для исследования концептуального пространства, создаваемого медиадискурсом. Междисциплинарное взаимодействие включает в себя элементы теории ментальности, медиологии и социолингвистики, которые применяются при анализе текстов массовой коммуникации, создаваемых как в Соединенных Штатах Америки, так и в Казахстане.

В первом параграфе диссертации доказывается целесообразность изучения концептуального пространства базовыми методами и посредством антропологических Т.Кун [1], социологических Н.Луман, Е.Я.Таршис[2,3], семиотических Р.Барт, Ю.Лотман [4,5], Ю.Мурашов [6,7] и собственно филологических концепций Б.А.Ахатова [8], Г.Г.Гиздатов [9]. Далее в этой части диссертационного исследования предоставлено сопоставление современных парадигм изучения медиа́льного пространства. Последовательно дана их научно доказанная иерархическая взаимообусловленность в общенаучном контексте.

Термин “парадигма” широко используется во всех направлениях лингвистики и трактуется по разному. С.С. Кунанбаева отмечает, что «the concept 'paradigm', as regards the methodology of epistemology, constitutes the basic principle behind the process of gathering knowledge and serves as the source for the methods and standards needed for resolving problematic situations i.e. it is understood as being the widely-accepted type of formulating and resolving a problem» [10, с.60]. Ученый рассматривает “педагогическую парадигму”, связанную со структурой и целями образовательной модели.

Изначально подчеркнем, что когнитивная лингвистика направлена на создание универсальных моделей, а именно — когнитивной модели устройства и функционирования языка. В современной парадигме изучения языка когнитивная модель представлена как основной “интервальный” образ

человеческого мышления и сознания. Казахстанский исследователь Г.Г.Гиздатов определяет данную модель как информацию о возможных моделях абстракции, извлекаемых из смысловых и логических структур этой абстракции, то есть фактически информация должна быть “закодирована” в когнитивной модели [9,с.4].

С учетом этого положения следует, что когнитивная теория языка, находясь “на стыке” целого ряда общенаучных и частных парадигм, сущностным образом выделяет примат человека, его сознания, в системе источников саморазвития общества. В данное время одной из основных проблем современного общества является проблема восприятия, понимания и интерпретации полученной информации, то есть то, к чему также направлен и что изучает медиадискурс. Большое количество работ в областях лингвистики, социологии, политологии посвящены решению или попыткам разрешения указанной проблемы.

В лингвистике изучаются языковые аспекты коммуникации и проявление дискурса в массовых медиа. Лингвистическое изучение медиадискурса помогает понять, каким образом язык используется в массовых медиа для формирования общественного мнения, воздействия на аудиторию, создания определенных имиджей и конструирования социокультурных представлений. Эта область исследований также раскрывает непосредственную связь между языком, властью и политикой, а также изучает влияние медиадискурса на формирование и изменение социальных норм и ценностей. Лингвистический анализ медиадискурса может быть полезным для критического осмысления информации, получаемой через медиа, и расширения языковой грамотности, позволяющей анализировать и понимать различные языковые стратегии, используемые в медийных сообщениях. Подобный анализ изучения фокусируется на осмысления текстов, стилей, жанров и других языковых стратегий, используемых в средствах массовой информации для передачи сообщений, формирования образов и воздействия на аудиторию. Одними из ярких представителями критического дискурс-анализа являются N.Fairclough, T.A. van Dijk. N.Fairclough отмечает, что “в человеческих делах взаимосвязи и причинно-следственные связи вещей могут быть искажены до неузнаваемости. Поэтому “критический” означает, по сути, попытку увидеть взаимосвязь вещей”[11]. Это означает, что при проведении критического анализа неявные аргументы и неясные тексты подвергаются пересмотру, и их скрытые значения стараются раскрыть.

T.A. van Dijk считает, что в КДА структурный и стратегический подходы оказываются взаимодополнительными при описании различных феноменов сознания и интеракций. В этом контексте, им особое внимание уделяется языку как социальному явлению, исследование которого включает как универсальные элементы языка, так и способность участников коммуникации адаптировать свою речь в зависимости от контекста. Другими словами, анализ дискурса помогает нам понимать, как язык используется в обществе и как он отражает разнообразные аспекты человеческой коммуникации и мышления [12].

Медиадискурс также является важной областью исследований в социологии, в которой изучается роль и влияние массовых медиа на формирование общественных представлений, социальных отношений и конструирование социальной реальности. Исследования медиадискурса через социологический подход помогают понять, какие темы и проблемы получают широкое освещение в СМИ, какие точки зрения и идеологии представлены, и как это влияет на формирование общественных настроений и политических процессов. Данный подход также исследует то, как медийные тексты конструируют определенные представления о группах людей, социальных проблемах, политике, культуре и других аспектах общества.

В этом случае также рассматриваются коммуникация и информационные практики в контексте общественных процессов и динамик, анализируется социальные неравенства, власть и контроль в медийной сфере. Именно в этом направлении работал Н.Луман, немецкий социолог, многие его работы непосредственно посвящены проблематике масс-медиа, их месту и роли в современном обществе. Изучение воздействия масс-медиа на сознание и поведение человека – проблема, представляющая как теоретический, так и практический интерес для лингвогуманитарных наук. Исследование медийного дискурса наглядно демонстрирует возрастающее воздействие масс-медиа за счет интерпретации событий, трансформации передаваемой информации. Эта область исследований является важной для анализа и осмысления современного медийного ландшафта и его влияния на общество.

Обобщая данные теории, мы считаем, что современная парадигма научных исследований выступает, как правило, в виде теорий, основывающихся на определенных эмпирических данных. Любая область научного знания предполагает, как фундаментальную теорию, имеющую дело с весьма абстрактным, идеальным объектом, так и теорию так называемого второго порядка, работающую с определенными производными от идеальных объектов. Фундаментальные теории в этом ряду не только позволяют объяснить, понять локальную область знания, но и в значительной степени предполагают выход за пределы изученного мира [13].

В свою очередь мы полагаем что, в работе теория когнитивного пространства является фундаментальной теорией, а ее производной является теория медиальности, иногда обозначаемая как медиологическая теория (рисунок 1).

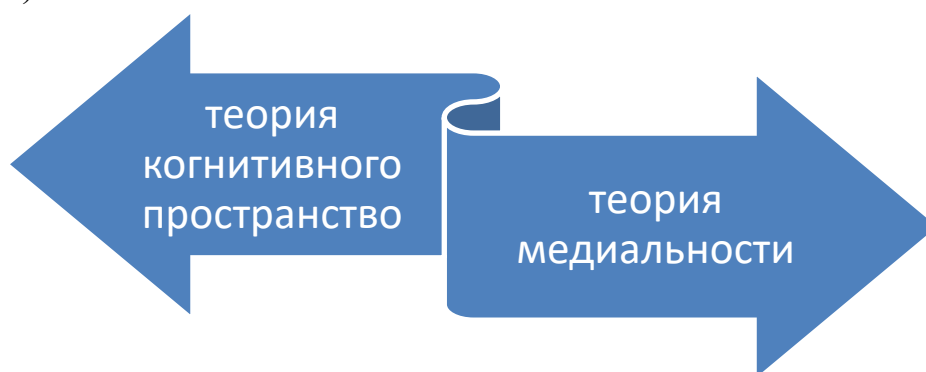


Рисунок 1- Фундаментальные и производные теории изучения когнитивного пространства

Соотношение этих двух теории далее прослеживается следующим образом. Теория когнитивного пространства исследует то, как люди организуют и структурируют информацию в своем мышлении. Она предполагает, что наше понимание мира основывается на пространственных представлениях, которые мы создаем в нашем разуме. Эти представления включают в себя категории, понятия, ассоциации и связи между ними. Теория когнитивного пространства помогает объяснить, как мы организуем свои мысли, какие ассоциации у нас возникают между понятиями, и как мы производим выводы и принимаем решения. Она может быть применена в различных областях, таких как психология, лингвистика (G.Lakoff, G.Fauconnier). G.Lakoff, также известен своими исследованиями концептуальных метафор и роли метафорического мышления в формировании нашего понимания языка и мышления. Он предложил концепцию «ментальных пространств» в качестве основы для понимания того, как мы структурируем и организуем наши мысли и концептуализируем абстрактные понятия. Согласно G.Lakoff, ментальные пространства — это когнитивные структуры, которые позволяют нам мысленно конструировать различные концептуальные области и ориентироваться в них. Эти ментальные пространства служат временными структурами, которые помогают нам разобраться в сложных концепциях, сопоставляя элементы из разных областей друг с другом, а также в формировании наших концептуальных систем и понимания мира [15].

G. Fauconnier в своем трудесправедливо утверждает: «Когда мы думаем и говорим, бессознательно конструируются многочисленные ментальные пространства и связи между ними. Концептуальная интеграция ментальных пространств приводит к новому смыслу, глобальному пониманию и сжатиям, полезным для памяти и творчества» [16]. По концепции этого ученого, процесс концептуальной интеграции ментальных пространств приводит к возникновению новых значений, глобальному пониманию и сжатию информации, что полезно для памяти и творчества. Динамическое формирование новых структур в различных сферах человеческой жизни (наука, религия, искусство и т.д.) является важным аспектом концептуальных интеграционных сетей. Важную роль в концептуальной пространстве играют сложные метафоры. Одни и те же когнитивные операции применяются в различных аспектах нашей материальной культуры. Поэтому концептуальные интеграционные сети и ментальные пространства играют важную роль в нашем понимании и концептуализации мира, а также в развитии и передаче культурных аспектов[16, с.72].

При обосновании и приложении к нашему исследованию положений данного автора необходимо обратиться к теории когнитивных моделей в психолингвистической интерпретации. Дальнейшее развитие теории когнитивной интерпретаций в ассоциативно-вербальном

представлении представлено в конкретном рассмотрении в главе 3 диссертационного исследования. В обозначенной выше концепции теория медиальности и когнитивная теория последовательно обращаются и разграничивают области трех “миров” (последние определяются в контексте концепции К. Поппера): первого мира — реальности, существующие объективно; второго мира — состояние сознания и его объективное содержание; третьего мира — мир объективного содержания мышления, рассматриваемый как актуальная данность и развивающаяся “потенциальность”. Третий “мир”, по К. Попперу, — “мир языка, предположений, теорий и рассуждений — короче, универсум объективного знания” является одним из самых важных созданных человеком универсумов и основным объектом научной рефлексии рассматриваемых теорий [9, с.5].

При изучении взаимосвязи лингвистики с общей когнитивной проблематикой выработаны новые области языкового анализа. Можно считать, что именно когнитивная лингвистика призвана расширить наши представления об универсальном и идиоэтническом в языковой картине мира. Функция когнитивистики в данном аспекте точно обозначена С.А. Жаботинской: «Контрастивная лингвистика, будучи повернута в область концептуальных структур, формирующих языковые картины мира, может способствовать решению целого ряда проблем, связанных с закономерностями структуризации разновеликих концептуальных пространств в идиоэтнических системах вербализованных знаний, с факторами, влияющими на фокусировку элементов этих пространств, с механикой взаимодействия ментальных образов между собой» [17].

Данные идеи развиваются в других работах С.А. Жаботинской, например, в таких как «Язык как оружие в войне мировоззрений» [17, с. 49]. В этой новейшей работе выполненной одновременно в рамках политической и когнитивной лингвистики, были исследованы неологизмы. Исследуемые неологизмы рассматривались как “оружие”, использовавшееся в информационной войне и битве идей [17, с.70].

Происхождение такого вербального “оружия” объясняется исследовательницей с помощью фреймовой теории, которая является аналитической моделью, разработанной для изучения медиа. Эта модель объясняет, как интерпретационные фреймы проявляются и распространяются от верхних уровней стратифицированной системы до неадминистративной элиты, новостных организаций, текстов и общественности, а также как интерпретационные ответы возвращаются на более высокие уровни. При огромном объеме информации люди склонны реагировать на те фреймы, которые стимулируют поддержку или противодействие сторонам в политическом конфликте. Данный подход полностью разделяется нами при выстраивании тех общественно-политических проектов, которых определяют концептуальные пространство медиадискурса двух стран. Таким образом в обозначенной проблематике исследований был проанализирован язык и

использование неологизмов в политическом противостоянии, в опоре на теорию фреймов и их влиянии на понимание и восприятие информации.

В статье, посвященной имени как тексту, основное внимание уделяется представлению методологии, разработанной для концептуального анализа значений языковых и речевых единиц, которая называется "семантикой лингвальных сетей" (СЛС). В качестве примера применения этой методологии рассматривается анализ лексического значения английского существительного "joy", которое обозначает эмоцию "радость". Помимо этого, в статье также обсуждаются некоторые проблемы, связанные с пониманием термина "концептуальный анализ", который используется как в концептологии, так и в когнитивной лингвистике, а также исследуется взаимосвязь между концептуальным анализом и семантическим анализом[18].

В другой работе автора «Сетевая семантика: теория и практика»[19] исследование, проведенное в области когнитивной лингвистики, излагаются теоретические принципы авторской методики Жаботинской С.А построения сетевых концептуальных моделей, применимой для структурирования информации, представленной в значениях разноуровневых языковых единиц. Использование методики иллюстрируется на примере построения концептуальной сети лексической полисемии. Во всех указанных работах основное внимание уделяется представлению методологии, разработанной для концептуального анализа значений языковых и речевых единиц, которая называется "семантикой лингвальных сетей" (СЛС), которое важна и определяет содержания параграфа 2.2 и реальную практику анализа для нашей диссертации.

Как показывает анализ научной литературы, медиальное пространство соотносится со следующими понятиями такими как: (рисунок 2).



Рисунок 2 -Соотношение онтологической схемы медиального пространства

В приведенной схеме медиальное пространство перекликается и взаимосвязано с близкими понятиями. Медиальное пространство рассматривается как совокупность всех медийных текстов, «дискурсивное» пространство всегда погружено в медиа. В контексте гуманитарных наук термин «медиальное пространство» может относиться к пространству, в котором различные среды пересекаются и взаимодействуют друг с другом.

В свою очередь термин «*медиальное пространство*» связан с понятием «когнитивное пространство». В разных направлениях сложились различные трактовки понятия «*когнитивное пространство*». Ученые когнитивно и социолингвистического подхода используют концепцию медиального пространства для изучения того, как медиа формируют и сами формируются культурными, социальными и политическими контекстами, в которых они существуют.

В настоящее время термин «*когнитивное пространство*» получает широкое распространение и, соответственно, неоднозначные трактовки. «*Когнитивное пространство*» — это термин, используемый в когнитивной психологии и когнитивной науке для описания того, как люди организуют и обрабатывают информацию. Когнитивное пространство может быть представлено в виде сети, где каждый элемент представляет собой концепцию или категорию, а связи между ними описывают отношения и связи между этими концепциями. Такая трактовка является общепринятым определением в когнитивной науке. Различные ученые и исследователи в этих областях могут использовать этот термин для описания того, как окружающие организуют и обрабатывают информацию, и каждый из них может давать свое собственное определение этому понятию. Это понятие соотносится и иногда приравнивается таким понятиям как «*ментальное пространство*», «*когнитивные модели*» и другие. Так G. Newby рассматривает когнитивное пространство по аналогии с информационными системами. Когнитивное пространство и информационные системы в равной мере нацелены на хранение и восстановление информации. Когнитивное пространство G. Newby определяет как человеческий опыт, выражаемый в отношениях между концептами, которые формируются, развиваются и видоизменяются в процессе познания [20].

В свою очередь ментальное пространство «*mental space*» трактуется как элемент теории концептуальных сетей и интеграции (G. Fauconnier и M. Turner) [21]. Сами авторы дают определение так: «Ментальные пространства — это небольшие концептуальные пакеты, конструируемые потому, что мы мыслим и говорим» [21, с. 151]. Теория ментальных пространств (*mentalspaces*) G. Fauconnier является попыткой моделирования механизмов языкового понимания на основе теоретических принципов когнитивной лингвистики. Ученый отмечает тесную связь языка с когницией: «Несмотря на то, что язык несомненно имеет свою собственную структуру, он существенным образом связан с другими когнитивно обусловленными структурами, и именно эти связи определяют основные свойства его организации». Ученый определяет

ментальное пространство как упорядоченные множества с элементами и отношениями между ними, открытые для пополнения их новыми элементами и отношениями соответственно [21,с.151].

Значения слов в системе языка соотносятся не столько с парадигматическим и синтагматическим контекстами, сколько с определенными когнитивными контекстами – или блоками знания. Когнитивные контексты имеют различного характера трактовки, например Р.Лэнкер называет их “cognitive domains” (когнитивные области, сферы, или контексты), G. Fauconnier и G.Lakoff – ментальными пространствами, Ч.Филлмор назвал их фреймами. Необходимо прояснить, что теория когнитивных пространств является теорией моделирования механизмов языкового понимания на основе теоретических принципов когнитивной лингвистики. Когнитивное пространство определяет, как человеческий опыт, выражаемый в отношениях между концептами, которые формируются, развиваются и видоизменяются в процессе познания. Медиальное пространство отражает реальную речевую и социальную ситуацию нашего времени.

Также можно целесообразно заметить, что данные понятия изучаются в рамках и контексте научных направлений, которые связаны с изучением медиального пространства: (рисунок 3).

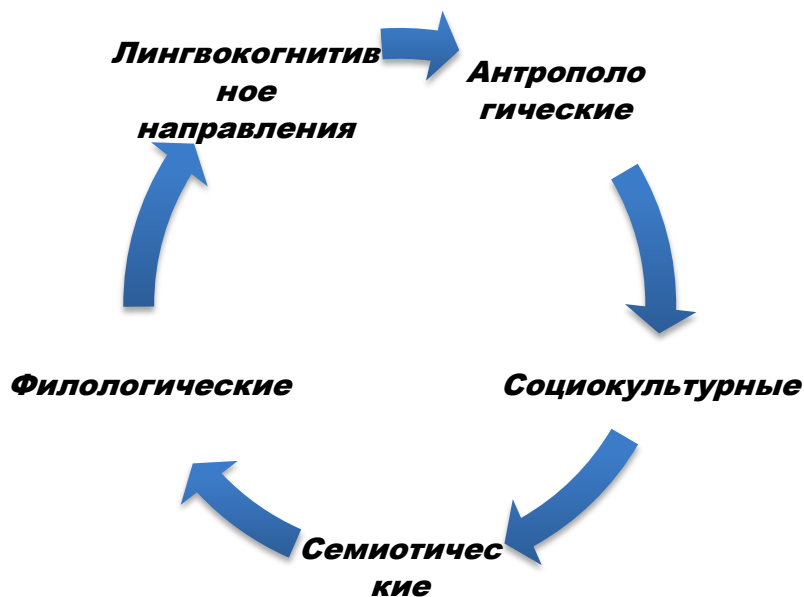


Рисунок 3 -Научные направления изучения медиального пространства

Согласно приведенной схеме можно увидеть, что анализ медиального пространства невозможен вне общекультурологического контента, в котором антропология культуры занимает особое место. Соответственно, язык всегда осмысливался как особое и вместе с тем сложное явление мира. Сам феномен коммуникации, в котором существует медиадискурс возможен в контексте следующих гуманитарных наук: риторики, лингвистики, семиотики, герменевтики. Данные подходы различаются, но есть и общие точки соприкосновения, к которым относятся и созвучные трактовки и уже

полученные результаты. В рамках риторической теории коммуникации - это виды сообщений разного рода, в семиотических школах коммуникация есть процесс получения и изменения значения, данные в разных значениях и кодах. Наконец, в герменевтическом осмыслении важна интерпретация слова как основной сути коммуникации.

В конце 1950-х и начале 1960-х годов, когда общая теория систем начала занимать центральное место, был период фундаментального философского рассмотрения сущности "Medium" в англоязычных культурах. В это время были опубликованы ключевые работы, такие как "Введение в кибернетику" У. Р. Эшби [22] в 1956 году и "Общая теория систем" Л. фон Берталанфи [23]. Общая теория систем — это методологическое направление, предложенное австрийским биологом и философом Людвигом фон Берталанфи. Она направлена на описание закономерностей структуры, поведения, функционирования и эволюции систем. Основным принципом заключается в исследовании соответствий между различными системами, что позволяет понять законы одной системы через знание другой, независимо от их принадлежности к одному виду. Именно в этот период сформировалось философское направление, посвященное изучению медиа, и в этом контексте значительный вклад внес философ, филолог и теоретик СМИ из Канады Маршалл Маклюэн (1911–1980). Его влиятельная работа стала классикой философско-культурологической мысли XX века. Маклюэн был первым, кто обратил внимание на роль посредничества в культуре, выделяя важность не только содержания, но и среды передачи информации [24]. Таким образом, в период формирования общей теории систем и кибернетики, М. Маклюэн заложил основы философского подхода к медиа, отмечая их влияние на общество и культуру [25].

В современном обществе внешне ориентированный человек играет активную роль как в создании, так и в потреблении медиа-продукции. Нельзя не отметить значимое и иногда не всегда положительное влияние политических, социологических и мифологических реконструкций далекого и ближайшего прошлого на сознание общества. Одновременно становится все более очевидным, что медийная сфера является неотъемлемой частью человеческой природы, и без философского анализа коммуникативной практики в этой сфере невозможно полноценное понимание постиндустриального человека. Медиа и их связь с культурой как социальной системой получили оригинальное исследование в работах семиотика и культуролога Р.Барта [4,с.26].

С каждым новым открытием в области медиа, в том числе с учетом новых технологических возможностей создается новая картина мира, в которой иначе структурируется пространство и время, конституируется субъект и актуальные способы самоидентификации человека. Социокультурная связь картина мира с медиа дискурсом выявлена в работах М.Маклюэна [27], Н.Лумана [30] и Р. Дебре[31].

Начало философскому направлению теории медиальности положил М. Маклюэн известный канадский ученый в области литературы, социологии и культурологии. Автор канонического тезиса и одноименной книги «The Medium is the Message», он в своем труде вместо понятия "медиа" употреблял "средство коммуникации": "We shape our tools and thereafter our tools shape us" [24,с.224]. Его теория утверждает, что способ, в котором сообщение представлено, определяет, как это сообщение будет воспринято. М.Маклюэн также подчеркивает, что современные средства электронной коммуникации имеют потенциал оказать глубокое воздействие на социологию, эстетику и философию, даже до того, как они могут фактически изменить наше восприятие мира [24,с. 224].

Теория масс-медиа разработана и в последующих его работах: «Галактика Гуттенберга» [26,с. 6], представляет собой выдающийся труд Маршалла Маклюэна, его гипотезы стали стандартами в нашей современной цивилизации, и множество его оригинальных идей до сих пор активно исследуются в современных исследованиях, посвященных его теориям. С приходом электронной эры, характеризуемой аудиовизуальной технологией, человеческое сознание стало частью связанной и глобальной системы видеокommunikаций. Это способствует эволюции нашего мозга, и на Земле возникает предвестник новой цивилизации, известной как электронный трибуализм, эпоха планетарного унификации или, как сформулировал Маклюэн, "глобальная деревня" [27,с. 225].

Согласно М.Маклюэну, одним из основных утверждений в его книге, "Понимание медиа" [27, с. 5], является идея о том, что средства коммуникации действительно продолжают функции физических органов и чувств человека. Это "продолжение" имеет физическую структуру, которая непосредственно влияет на человеческое сознание. Однако с переходом к современности, опирающейся на электронные технологии, наша нервная система субъективно подвергается "продолжению" и "расширению". Это означает, что мы "распространяем" наше сознание на весь мир, благодаря глобальной природе электронных средств коммуникации. Это расширение чувственности устанавливает особую связь и "общность" между нами и другими людьми. Но это объединение отличается от прежних форм, основанных на политическом или духовном единстве. Электронные средства коммуникации, своей мгновенностью и всепроникающей силой, сами по себе становятся фактором власти, меняя ущемляющие социальные отношения и иерархии.

Германский ученый Ю.Мурашов отмечает, что «текстом является все: не только традиционные собственно печатные, литературные, телевизионные и изобразительные образчики, но и театр, кино, перформанс, дискурс школьных учебников, репертуарная политика театров», этот ряд бесконечен и включает в себя полностью в духе идей М. Маклюэна - всевозможные медиалогические проявления культуры [6,с. 77].

Попытка описывать последующие теории медиальности была предпринята в исследовании А. Ю. Тимашкова «К истории понятия интермедиальности в зарубежной науке» [28,с.113]. Автор отмечает, что согласно Маршаллу Маклюэну, развитие медиа направлено на становление технологической симуляции сознания, способной вступать в творческий процесс наравне с человеком. В его классификации, медиа подразделяются на "горячие" и "холодные" согласно принципу их близости к аттрактору эволюции.

"Горячие" медиа, как правило, включаются в существующие ввиду их большей детализированности: в меньшей степени требуется вовлеченность человеческого сознания для интерпретации содержания. Однако каждый новый медиум с течением времени "охлаждается" и интегрируется в новые, более "горячие" медиа.

Понятие импликации медиа играет важную роль в теории Маклюэна. Этот процесс позволяет систематизировать существующие медиа и рассматривать медиум как веху в эволюции человечества, где сам медиум становится сообщением. Фраза "The medium is the message" указывает на то, что медиум воздействует на человеческое чувство, подобно массажу сознания, и развивает его. Однако более фундаментальная идея заключается в высказывании "The medium is the message", подчеркивая, что сам медиум является содержанием сообщения. В контексте Маршалла Маклюэна, роль медиа заключается в продолжении и усилении определенных человеческих чувств; так они становятся важным инструментом для самоопределения человека в мире. Кроме того, упомянутая ранее способность медиа к импликации и их гибридизация — объединение двух различных медиа — рассматриваются как "момент истины и откровения", порождающий новые формы восприятия. Этот момент включает в себя свободу и пробуждение из обыденности и молчания, в которые сами медиа могут погружать наши чувства [27,с.41].

Таким образом люди могут почувствовать системность мира и приблизиться к пониманию его целостности. Гибридизация и импликация медиа выступают как средства, создающие моменты осознания и возможности переосмысления, что важно для восприятия мира в его полной системности [27, с.114].

В своем определении гибридизации медиа М.Маклюэн доказывает, что сочетание двух медиа порождает новые формы, что поднимает важный вопрос о взаимосвязи между медиумом и формой. Эту концепцию также рассматривается известным немецким социологом Н. Луманом в его работе "Общество общества" в разделе "Медиа коммуникации" [30,с. 8]. Н.Луман утверждает, что "медиум и форма" представляют собой противопоставление, через которое коммуникативные системы формируются. По его мнению, не существует точного соответствия между медиумом и формой в окружающем мире, и поэтому "дифференциация медиума и формы является собственным достижением воспринимающего организма". Он утверждает, что единственное различие между медиумом и формой заключается в том, что "медиум состоит из свободно связанных элементов, в то время как форма жестко спрягает те же

самые элементы" [30,с.8]. Н.Луман подчеркивает, что медиум и форма представляют собой динамичное взаимодействие, и различия между ними возникают в процессе восприятия и организации информации.

Таким образом, электронные средства коммуникации, "объединяя" нас, формируют совершенно новое представление об обществе и общественности. Это представление меняет существующие властные структуры в обществе и оказывает глубокое влияние на наши представления о мире и взаимодействии между людьми.

Теория медиальности Маклюэна оказала большое влияние на область исследований СМИ и помогла сформировать то, как ученые думают об отношениях между СМИ и обществом.

В свою очередь для германского социолога Н.Лумана средства массовой информации определяются их способностью выбирать и обрабатывать информацию, создавая особую среду для общения, которая формирует наше восприятие мира. Он считал, что средства массовой информации оказывают сильное влияние на то, как мы видим и понимаем мир, предоставляя нам определенные точки зрения и интерпретации событий и явлений.

Германский социолог также подчеркивал роль медиа в своей работе «TheRealityoftheMassMedia» в создании и поддержании социальных структур и отношений, а также он утверждает, что медиасистемы помогают создавать и поддерживать социальные различия и границы, определяя то, что считается уместным и важным в конкретном контексте. Это означает, что СМИ не только отражают социальные структуры, но и активно способствуют их формированию и поддержанию [24,с.4].

В целом концепция Н.Лумана подтверждает важную роль, которую играют коммуникация и информация в формировании нашего понимания мира и наших отношений друг с другом. Медиадискурс представляет собой «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия». Главной единицей медиадискурса является медиа текст, структуры которого следует анализировать как «результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений, как результат интерпретации текстов аудиторией на основе опыта их общения со средствами массовой информации»[30,с.26].

В 1990-е годы французский исследователь Р. Дебре предлагает обоснование нового подхода к исследованию социальной коммуникации в рамках так называемой медиологии (Médiologie), находящейся на пересечении различных дисциплин, ориентированных на изучение трех сопряженных понятий – техники, культуры, общества. В 1990 году Дебре предложил использовать термин «медиология», чтобы обозначить новое учение о средствах передачи знания и традиций – иными словами, культурных благ. В работе "Введение в медиологию" ученый, опираясь на достижения современной французской философской и социально-научной мысли, описывает большое

количество новых понятий и подходов, которые призваны разъяснить процессы коммуникации, протекающие в современном мире [31].

Р.Дебрэ проводит зримую аналогию между медиологией и нейронаукой. Если нейронаука пытается преодолеть разрыв между разумом и мозгом, то медиология рассматривает историю как гибрид технологии и культуры, поскольку изучает пересечение технологии и интеллектуальной жизни. Философ так раскрывает содержание медиологии: это функционирование медиума (канала передачи) во всех формах со времени изобретения письма. Р. Дебрэ подчеркивает, что ключевым моментом его подхода является акцент на интервале между отправлением и получением. Он трактует это пространство как зону взаимодействия технологии и культуры. Технологиями являются наши способы запоминания, передачи и перемещения, а со стороны культуры это модусы мнения, мысли и организации. Основная идея Дебрэ об отделении коммуникации в пространстве от передачи во времени, которая также проводится в его книгах.

Французский исследователь констатирует и такую зависимость: «Библиотека порождает писателей подобно тому, как кинотека — кинематографистов». Это вновь является описанием функционирования медиасферы. Кстати, он отмечает парадоксальный для нас факт - в Древней Греции не было публичных библиотек. Он считает, что содержащаяся в книгах внешняя память срабатывает только при наличии внутренней памяти некоей группы [31,с.22]. Автор интересным образом определяет политику. При этом он отталкивается от определения техники, как человеческого действия, имеющего успех. Тогда политика становится у него действием, терпящим крах. Политические действия в современном обществе не сходят со сцены, в то время как научно-технические не привлекают такого внимания. При этом политические власти слабо контролируют ход вещей. Но при этом они привлекают более сильные эмоции [31,с.94].

Согласно Г.Гачеву, семиотическое пространство — это ментальное пространство, возникающее в результате взаимодействия нашего индивидуального опыта и общих культурных и языковых кодов, которые мы используем для интерпретации и передачи этого опыта. Это пространство формируется знаками и символами, которые мы используем для представления нашего опыта, и оно организовано в соответствии с основополагающими принципами языка и коммуникации [32].

Работа Г.Гачева о семиотическом пространстве имеет важное значение для широкого круга областей, включая лингвистику, семиотику, психологию и философию. Он утверждает, что понимание динамики семиотического пространства необходимо для понимания человеческого познания и общения, а также для разработки эффективных стратегий преподавания и изучения языка.

В целом вклад Г.Гачева в изучение ментального пространства был значителен, поскольку он подчеркнул важную роль, которую семиотика и язык играют в формировании нашего понимания мира и наших отношений с

другими людьми. Его работа продолжает определять на новые исследования и понимание природы человеческого познания и коммуникации.

В современной науке медиальное пространство изучается в различных рамках разными сферами науки. Одним из важным способом соотношения медиа являются подходы в рамках теории антропологической культуры. Согласно мнению многих исследователей (А.Асман, Д.Бахманн-Медик), на сегодняшний день современная культура утратила свой литературоцентризм и перешла в ряд медицентричных культур, в которых язык СМИ, коммуникации и пропаганды определяет культуроспецифические черты того общества, в котором эти СМИ функционируют. СМИ и культура очень тесно связаны.

В своих работах Д.Бахман-Медик описывает основные теоретические и аналитические категории культурного поворота и особое внимание уделяет взаимосвязям языка и текста, а также указывает на то что они являются формообразующими и движущими силами социального действия. На уровне теории ею раскрыты сначала в культурно-семиотическом плане «культуры как текст», затем в направлении социального и материального характера – «культуры как текстуры социального» [33]. Согласно Д.Бахман-Медик, «культура» является «трансфером» в политико-экономическом контексте, который переводит социально в символическом и накладывает на него таким образом некую текстуру присущие жизненному миру значения. Это означает, что рассеивание «жестких» общественные измерение в «более мягкие» в сферы культуры, смысла и дискурса. Для изучения таких проблем нам необходимо «повороты» (в языке Дорис Бахман–Медик) в нашем случае «современные парадигмы», новые идеи и категории, меняя направления и модифицируя теории контекстуальных связей и реструктуризации «научного поля» в науках о культуре и обществе [33,с.56].

В работах А. Асман исследуется взаимосвязь медиапространства с культурной практикой в контексте реструктуризации научного поля в науках о культуре и обществе. А. Асман предлагает своеобразную методологию изучения и анализа проблемы, осмысляя ключевые и не устоявшиеся понятия нашего времени, такие как коллективная идентичность, исторический нарратив, культурная практика, память и идеология. В своих исследованиях она обращается к медиальным продуктам современной Германии, включая документальные сериалы и художественные фильмы для критического осмысления и анализа [34].

А. Асман считает, что понятие "культура" является концептуальной основой представлений о памяти и предлагает критический анализ используемого понятийного аппарата. Она указывает на то, что некоторые специалисты не только выражают недовольство отдельными формами мемориальной культуры, но и отрицают сам факт ее существования. Она подчеркивает, что память и забвение являются видами когнитивной деятельности, присущей не только индивидууму, но и коллективам, социальным группам, обществу и государству [34,с.55].

В теории культурной памяти прошлое не остается неизменным, а каждый человек сам выбирает свою идентичность, осваивает ее, несет за нее ответственность и проживает ее. Идентичность становится важной частью культурной практики. А.Ассман иллюстрирует свои исследования на примере политики самоутверждения и политики покаяния в немецкой практике, которые проистекают из культурной памяти этой страны.

Казахстанские ученые также внесли определенный вклад в изучение медиадискурса, обратив внимание на особенности социального, культурного и политического контекста страны и подчеркнув важность критического и контекстуально-специфического подхода к анализу медиа.

Современные медиаисследования представлены также исследовательскими данными Г.Г.Гиздатов [35]. В данной статье проведен анализ основных социальных концептов и когнитивных стратегий, используемых в медиадискурсе современного Казахстана. Автором в статье проведен социолингвистический анализ русской и казахской прессы нашего времени, а также исследовано применение этих стратегий в реальной медиапрактике. Более подробно, исследование рассматривает как резонерство, канцелярит и симулятивный антропоцентризм истолкования используются в медиадискурсе Казахстана. Симулятивный антропоцентризм истолкования связан с созданием иллюзии важности и центральности человека в медиадискурсе. В работе «Дискурс идентичности в медийном пространстве современного Казахстана» [36] Гиздатов Г.Г. представляет дискурсивный анализ казахстанского медиального пространства, используя модели ситуаций в качестве основы для интерпретации текста.

Ряд отечественных ученых внесли вклад в изучения медиадискурса Казахстана. Ахатова Б.А. в своей монографии «Политический дискурс и языковое сознание» рассматривала политический дискурс в рамках филологического направления [7, с.22]. Автор исследовала языковое сознание при помощи ассоциативного эксперимента. Единицей изучения языкового сознания представителей казахской культуры были избраны семь политических концептов: парламент, партия, оппозиция, СМИ, народ, достоинство, демократия [7, с.121]. Б.А.Ахатова отмечает, что языковое сознание является «барометром» общественного сознания. Так же ученый в статье «Анализ медиадискурса Ассамблеи народа Казахстана» отмечает, что дискурсивное пространство человека охватывает различные аспекты его жизни, такие как мышление, сознание, когнитивная сфера, культура и коммуникация, то есть его общее поведение. Поэтому дискурс включает не только тексты, но и множество других параметров, включая социальный контекст и символический ряд, как вербальные, так и невербальные составляющие. Исходя из этого, в данном исследовании автор использовал несколько методов для анализа организации событийной коммуникации. К ним относятся контент-анализ, дискурс-анализ, фрейминг и сторителлинг. Метод контент-анализа был применен для изучения содержания текстов событийной коммуникации. Этот метод позволил выявить стереотипность контекста, повторяемость внутреннего содержания, визуальное

сопровождение ситуаций и фиксацию сообщений. Дискурс-анализ использовался для изучения роли концептов в коммуникации и консолидации казахстанского общества. Анализ фреймовой организации текстов событий позволил определить особенности их структуры, включая визуальную поддержку ситуаций [7,с.65].

В своей работе А.Ислам рассматривала такие концепты, как “уақыт” (‘время’), “бақ” (‘счастье’), “өмір” (‘жизнь’). Она отмечает, что эти концепты не только представляют универсальные аспекты человеческой жизни, но и отражают уникальные черты казахской культуры, а также автор раскрыла глубинные структуры мировосприятия казахского народа [37].

В последние годы наблюдается интенсификация роста количества исследований в казахстанской научной практике языка прессы. Диссертация Г.Т.Ерсултановой посвящена исследованию языковой личности в публицистическом дискурсе на материале современной казахской печати. В исследовательской работе автор проводила лингвокогнитивный анализ концептов "тұлға", "қазақ", "қоғам" проанализировались в рамках казахского публицистического дискурса, причем указанный дискурс исследовался в первые в русле семиотического подхода в работе автора [38].

Прагматический потенциал современного медиатекста на материале казахской периодической печати была исследована Н.С.Искаковой, ее работа посвящена исследованию когнитивно-прагматического аспекта оценки в социально-общественном британском медиадискурсе. Исследователь проводила когнитивно-коцептологический анализ базовых – социальных концептов иммиграция и социальное обеспечение выявляя основные оценочные стратегии и тактики, а также определяла прагматические интенции: имплицитной контекстуально-речевой реализации и эксплицитной оценки в социально-общественном британском медиадискурсе [39].

А.И.Скрипникова исследовала язык СМИ в лингвокогнитивном аспекте, выявляя когнитивные форматы кодирования информации, характерные для полиязычных СМИ Казахстана, анализируя концепт «женщина\эйел»; понятия «евразийство»/«еуразияшылдық»/«eurasianism»; фрейма «учения\оқу- жаттығу»; когнитивного сценария «Алдар-Көсе»/«Алдар-Көсе»; гештальтов «ячейка общества»/«қоғамұяшығы», «индустриально-инновационное развитие»/«индустриялық-инновациялық даму», «злоба дня»/«қазірбастымәселе»[40], результат получившая больше описательным.

М.М.Аймагамбетовой исследовано функционирование трансформированных фразеологических единиц в заголовках газет и новостных сайтов казахстанских средств массовой коммуникации [41]. Диссертация А.С. Кожаметова посвящена исследованию репрезентации аксиологической семантики в языке казахстанской прессы. Исследование автора представляет собой определенный вклад в казахстанскую лингвистику, поскольку впервые оно проводит анализ аксиологической семантики в прессе с целью выявления доминантных ценностей в казахстанском обществе. Это исследование также уникально в своем использовании сопоставительного метода для описания

функциональных характеристик ценностей, таких как отбасы / семья, келісім / согласие, отансүйгіштік / патриотизм, в газетных текстах на казахском и русском языках. Кроме того, в исследовании разработан алгоритм анализа ценностей, который может служить инструментом для анализа ценностей на других парах языков, что способствует дальнейшим аксиологическим исследованиям в области медиатекстов. Важной частью исследования являлся проведение ассоциативного эксперимента с носителями двух языков, с целью выявления их обыденных представлений о ценностях отбасы / семья, келісім / согласие, отансүйгіштік / патриотизм. акже проводится анализ ценности [42].

Г.Ж.Ибраева, доктор политических наук, эксперт СМИ Казахстана, проводя экспертный опрос определила текущее состояние медиапространства нашей страны при проведении социологического опроса. Респондентом предлагалось ответить на вопрос –“Что такое медиапространство и какую оценку ему можно дать?”Определение дали немногие эксперты. Так, например, самыми распространенными оказались следующие: «Медиапространство – это сфера распространения и влияния средств массовой информации», ... «территория распространения... и влияния СМИ», «это новость, которая не должна иметь границ. Когда любая новость может распространяться в одно и то же время по всему миру – это и есть медиапространство», и др. [43]. Конечно, нельзя не отметить и определенную архаику и наивность методологического аппарата подобного опроса.

Однако отметим, что обозначенные проблемы ставились и решались в большой степени указанных в американских исследованиях исключительно с позиций теории журнализма и теории массовых коммуникаций. В свою очередь в некоторых российских и казахстанских работах практически не рассматривались актуальные лингвистические и лингвокогнитивные особенности современной прессы США в разные годы. Причем сам подход, например, в казахстанской лингвистике отличался субъективным подходом, когда роль СМИ в США либо недооценивалась, либо шла ее переоценка, не учитывающая конкретные социокультурные реалии этой страны. На наш взгляд, данная тема должна изучаться в более широком объективном методологическом аспекте с учетом положений представителей различных научных направлений, обращающихся к лингвокогнитивным аспектам современного информационного пространства.

Как можно заметить, в казахстанской филологии можно обнаружить труды с серьезными теоретическими подходами, но и представлены работы требуют более современного междисциплинарного подхода.

Подводя итоги по данному параграфу, необходимо отметить следующее-парадигма изучения медийного пространства должна выстраиваться на пересечении фундаментальной и производной теории. Только в таком раскладе возможен точный анализ медиадискурса. В рамках теории когнитивного пространства и теории медиальности выработан методологический и методический аппарат, позволяющий провести исследование когнитивных

стратегий и концептуального пространства до, во время и после создания медиатекстов.

1.2 Медийный дискурс в критических дискурс-исследованиях в лингвистике

В данное время теория политической коммуникации активно развивается и применяется на новом материале многими учеными и практиками в разных странах. Прежде чем обратиться к анализу медийного дискурса в КДА, целесообразно заметить, что первоначальным в критической теории является политическая коммуникация, в которую медиадискурс входит как составная часть.

Как было обозначено Teun A. vanDijk: «Дискурс это -коммуникативное действие» [11,с. 5]. Особое место в этом ряду занимает «коммуникативная модель» Г.Лассуэлла. Одна из наиболее известных в мире моделей коммуникации была сформулирована американским социологом Г. Д. Лассуэллом. Он выдвинул тезис о том, что процесс коммуникации состоит из нескольких звеньев, или циклов, одной общей структуры; при этом в каждой из которых возможно искажение информации. В своей работе он разработал модель, объясняющую, как политические сообщения передаются между разными участниками политического процесса (рисунок 4).



Рисунок 4 - Модель коммуникации по Лассуэллу

Предложенная модель коммуникации известна как линейная и выглядит так: «КТО (коммуникатор) - сообщает ЧТО (сообщение) - по какому КАНАЛУ (средство коммуникации)- КОМУ (адресат)- с каким ЭФФЕКТОМ? (эффективность)». Эта «коммуникативная формула» требует пояснений. Специфика информационной и коммуникативной работы Г.Д.Лассуэлл состоит в том, что коммуникатор использует все доступные ему средства для целенаправленного изменения общественного мнения, внедрения нужных

установок и представлений в общественное сознание, тотального контроля над повесткой дня и предметами общественных дискуссий. Аудитория воспринимается как объект воздействия, а не субъект коммуникации [44].

Модель Г.Лассуэлла, называемая «коммуникационной моделью», состоит из пяти элементов: источника сообщения, самого сообщения, канала, получателя и эффекта. Он предположил, что каждый элемент имеет свои характеристики, которые могут влиять на то, как сообщение будет понято и получено.

Одним из ключевых элементов модели является «эффект», который определяется тем, как сообщение влияет на получателя. Лассуэлл отметил, что эффект может быть положительным, отрицательным или нейтральным в зависимости от реакции, которую сообщение вызывает у получателя.

Однако Г.Д.Лассуэлл также признавал, что модель не учитывает некоторые важные аспекты политической коммуникации, такие как взаимодействие между участниками, контекст и культурные факторы. Он также отметил, что модель ориентирована на общение внутри одной страны и может не работать в случаях международного общения.

Несмотря на эти ограничения, модель Г.Д.Лассуэлла по-прежнему считается важным инструментом для изучения политической коммуникации. Это помогло ученым лучше понять процессы передачи сообщений в политических системах и определить факторы, которые могут повлиять на эффективность политических сообщений.

Именно эти элементы коммуникации присутствуют в том процессе создания медиадискурса и реализации в нем концептов.

Маршалл Маклюэн, канадский культуролог и философ, предложил в 1960-х годах одну из наиболее оригинальных теоретических моделей и концепций коммуникаций (рисунок 5) [23,с. 5].

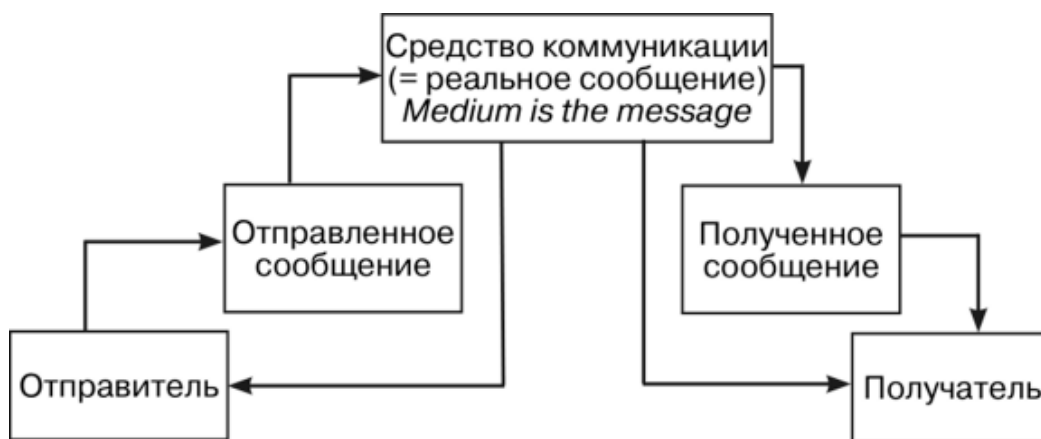


Рисунок 5 -Модель коммуникации М.Маклюэна

Эта модель подчеркивает роль социального познания в обработке дискурса и утверждает, что наше понимание дискурса формируется нашими социальными и когнитивными способностями. По словам Т.ван Дейка, наши

социальные и когнитивные способности позволяют нам делать выводы о мире на основе языка, с которым мы сталкиваемся, и эти выводы формируются нашим социальным и культурным контекстом.

Основное положение концепции М.Маклюэна состоит в том, что "средство коммуникации есть сообщение". Это означает, что значение передаваемого сообщения не зависит от намерения автора или интерпретации получателя, а определяется техническим средством, используемым для кодирования и передачи информации. Согласно Маклюэну, история человечества тесно связана с развитием технических средств коммуникации, которые не только формируют способы обмена информацией, но также влияют на восприятие и понимание сообщений. В рамках этой теории любое средство коммуникации (печать, радио, телевидение) обладает уникальным языком, который влияет на структуру сообщения. Согласно автору, необходимо анализировать не только сами сообщения, передаваемые средствами массовой информации, но и сам процесс коммуникации, так как именно техническое средство формирует нашу картину мира [23, с.25].

Этот эффект связан с созданием медийными средствами особого типа реальности. Масс-медиа, особенно телевидение, не только убеждают нас в том, что находится за их сообщениями, но и активно насыщают наши органы чувств информацией до такой степени, что наше сознание воспринимает этот информационный поток как некую самостоятельную реальность. Более того, возможность многих тысяч или даже миллионов людей одновременно стать получателями одних и тех же сообщений создает эффект "глобальной деревни", где каждый может знать или узнать о каждом, а все вместе переживают и обсуждают одни и те же события [25, с.32].

Среди современных парадигм изучения медиального пространства особое место занимает исследование медиа в критического дискурса-анализа. Изучению специфики медийного дискурса посвятили работы многие лингвисты Teun A. Van Dijk [44, с. 4], G.Lakoff [45], N.Fairclough [46], М.В.Йоргенсен [47], А.Чудинов [48] и др., так и философы - антропологи Р.Водак [49], Б.Гройс [50], Г.Гуйсенев [51], социологи Е.Я.Таршиш [3, с. 8], Д.Матисон [52], культурологи А.Асман [34, с. 6], Д.Бахманн-Медик [33, с. 15]. Медийный дискурс предполагает исследование языковых и коммуникативных практик, используемых СМИ для создания и распространения информации. Медийный дискурс играет важную роль в формировании общественного мнения, создании заданных сценариев событий и, естественно, отражает и одновременно влияет на государственную политику и общественные настроения.

Медийный дискурс может быть изучен в рамках различных подходов, в том числе таких как дискурсивный анализ. Родоначальником критических дискурс-исследований является N.Fairclough, британский лингвист и исследователь, известный своей работой по критическому дискурсивному анализу. Он разработал методологию анализа текстов, включая медийные, с целью выявления властных отношений и идеологических аспектов [46, с. 17]. М.В.Йоргенсен, Л.Дж.Филлипс также предложили собственно медиа-

исследования в рамках теории журналистских исследований. Эти подходы представляют содержание, форму и контекст медийных сообщений, в них исследуется как язык используется для создания значений и формирования общественного мнения[47,с.45].

Медийный дискурс тщательно анализируется в русле критического дискурса-анализа, в которых анализируется язык, используемый в СМИ и других общественных контекстах, с целью раскрытия явных и скрытых социально-политических отношений в обществе. В любом критическом дискурсе-анализе, на наш взгляд, неизбежно фигурируют три концепта: концепты власти, истории и идеологии, их формулировка может быть иной, но близкий к обозначенному, именно эти концепты и являются объектом нашего исследования во второй и третьей главах.

В целом медийный дискурс является важной областью изучения в рамках исследований критического дискурса, поскольку он предлагает понимание того, как язык используется для построения и укрепления властных отношений в обществе, а также он учитывает потенциал языка для того, чтобы бросить вызов этим отношениям и преобразовать их.

Критический анализ дискурса был разработан рядом ученых из различных направлений, включая лингвистику, социологию, антропологию и коммуникативные исследования, считается структурным и стратегическим направлением, взаимодополняющим при изучении различных аспектов человеческого сознания. В этом контексте язык рассматривается как социальное явление, исследование которого включает как универсальные элементы языка, так и способность участников общения адаптировать свою речь в соответствии с контекстом. Другими словами, анализ дискурса помогает понять, как язык используется в обществе и как он отражает разнообразные аспекты человеческой коммуникации и мышления [47,с.54];

Р.Водак отмечает, что в рамках КДА, язык рассматривается как неотъемлемая часть социальной практики и феномена. Этот подход признает, что язык играет важную роль в механизмах установления и поддержания социальной власти. Р. Водак подчеркивает, что язык взаимодействует с социальной властью на разных уровнях: он отражает власть, выражает её, участвует в борьбе за власть и подвергает её оспариванию. Сфера интереса КДА, прежде всего, охватывает анализ языка, используемого в контексте социальной иерархии и социальной стратификации. Это означает, что исследование сосредотачивается на языке, который служит инструментом воздействия и поддержания социальной власти, а также формирования социальных различий и иерархий [53].

По мнению N.Fairclough, критический анализ по сути представляет собой попытку раскрыть взаимосвязи и причинно-следственные связи в деятельности человека и его текстах, которые могли бы быть искажены или скрыты. Это означает, что при проведении критического анализа неявные аргументы и неявные тексты подвергаются пересмотру, и их скрытые значения стараются раскрыть. Кроме того, критический анализ сопоставляет анализируемый текст с

другими формами дискурса (интертекстуальность) и рассматривает его в контексте исторических и современных событий [46,с. 284].

В рамках КДА медийный дискурс рассматривается как инструмент создания и поддержания власти и социального порядка. Данный подход представлен и соответствующие результаты в наших совместных работах «Дискурс и идентичность в медиальном пространстве Казахстана» [55], а также в данном диссертационном исследовании. В наших работах анализируется, каким образом язык и образы в СМИ формируют представления о людях, социальных группах, событиях и идеях, и как эти представления отражают и поддерживают доминирующие социальные, политические и экономические интересы[55,с. 132-135].

Критические дискурс- анализ медийного дискурса могут применяться для анализа различных типов СМИ, включая телевидение, радио, печатные СМИ, онлайн-платформы и социальные сети. Эти исследования могут иметь важные импликации для понимания взаимодействия между СМИ, обществом и политическими процессами, а также для создания альтернативных, более справедливых и равных коммуникационных практик и структур.

Данный подход представлен частично и в новейших казахстанских работах. Так, Н.С.Искакова в своей работе «Когнитивно- прагматические аспекты оценки в социально-общественном британском медиадискурсе» используя метод критического анализа дала оценку социально- общественному британскому медиадискурсу [39,с. 6].Г.Б.Ноурзова в своем исследовании «Лингвопрагматическая специфика юридического медиадискурса (на материалеанглийского и русского языков)» проводила глубокий многоаспектный анализ юридического медиадискурса, используя элементы критического дискурс анализа и лингвопрагматических средств, способствующих желаемому эффекту воздействия на массового адресата[56].

Критический дискурс анализ (КДА) — это междисциплинарная область, изучающая способы использования языка для воспроизведения и оспаривания властных отношений в обществе. Медийный дискурс является важной областью изучения КДА, поскольку медиа играют важную роль в формировании общественного мнения и влиянии на политические и социальные результаты.

Критический дискурс-анализ представляет собой подход к изучению языка и дискурса, который выходит за рамки простого анализа структуры и семантики текстов. Он стремится исследовать взаимосвязь языка, власти, культуры и идеологии, а также их влияние на общество и взаимодействие людей.

Основоположниками КДА являются Т. А. Van Dijk, Р.Водак и N.Fairclough, они внесли существенный вклад в эту область своей методикой анализа. Каждый из этих исследователей изложил свои различные подходы и теоретические рамки, которые отличаются от теорий и методов анализа дискурса. КДА (критический анализ дискурса) характеризуется как междисциплинарный мультиметодический подход, а не отдельная

изолированная дисциплина. Ученый отмечал, что КДА представляет собой комбинацию критических теорий и их практического применения, а не просто критический анализ. Поэтому он предложил термин "критические дискурсивные исследования"[46,с.121].

Т. А. vanDijk, Р. Водак и М. Мейер выдвинули цели и принципы КДА, которые применяются при обзоре последних исследований в этой области:

- КДА ориентирована на проблемы, а не на конкретные теории или дисциплины. Ее целью является явное представление обществу последствий дискурса в терминах непрофессионала.

- КДА является междисциплинарным исследованием, поскольку охватывает различные теории, методы и практики в решении серьезных вопросов и проблем в обществе.

- КДА рассматривается как социальное исследование, так как его критическое исследование затрагивает социальные проблемы и понимание прав человека, социального неравенства, злоупотребления властью, такие как расизм, классицизм, сексизм и другие.

- КДА интересуется этическими вопросами, исследуя доминирование группы людей, которые подвергаются дискурсивной несправедливости.

- КДА подчеркивает необходимость спонтанной оценки для прояснения феномена, который находится в процессе исследования, и для обоснования, почему определенные интерпретации являются более эффективными, чем другие.

Т. А. vanDijk опубликовал множество работ, которые связаны с этой областью исследований, например, «Discourse as Social Interaction» [57]. В этой работе Т. А. vanDijk уделял особое внимание фундаментальным интерактивным, социальным, политическим и культурным функциям текста и разговора, он подчеркивал, что дискурс - это не только форма и значение, но и активное действие. Социальное измерение дискурса становится еще более явным при изучении роли социальной идентичности и членства в групп. Как люди из различных групп обычно взаимодействуют друг с другом, и как они общаются с представителями других групп или культур. Т. А. vanDijk подтверждает, что теория идеологии воспринимается как междисциплинарный подход, являющийся фундаментальной основой для организации множественных идеологических концепций и потребления. Идеологии обычно контролируют мысли социальной группы, которые затем представляют основную социальную характеристики группы, основанные на их идентичности, целях, нормах, ценностях, позициях и ресурсы. В отношении идеологического потребления как познавательного, так и в этот процесс вовлечены социальные факторы. провозгласил, что социальное познание представляет собой систему с разделяемыми социокультурными знаниями членами определенной группы, общества или культура.

Т. А. vanDijk внес огромный вклад в область КДА, особенно в области медиадискурса, анализа проявления расизма и идеологии. Он разработал

социально-когнитивную модель анализа дискурса, которая подчеркивает роль социального познания в обработке дискурса [57,с.18].

Особое влияние на медийные исследования оказала работа Т. А. vanDijk по анализу медиа-дискурса. Он подтверждает, что медиа-дискурс формирует наше понимание социальных и политических проблем, и утверждал, что медиа-дискурс играет решающую роль в воспроизведении отношений социальной власти. Анализ дискурса СМИ фокусируется на том, как язык используется для создания и поддержания социальных категорий и стереотипов, и как это способствует воспроизведению социального неравенства.

В целом вклад Т. А. vanDijk в КДА был самым значительным, его работы помогли сформировать то, как ученые думают о взаимосвязи между языком, властью и идеологией. Его социально-когнитивная модель анализа дискурса и его анализ медиа-дискурса и проблематика расизма оказали особое влияние и предоставили ученым полезные инструменты для понимания сложных способов, которыми язык формирует наш социальный и политический мир.

Р.Водак также является исследователем в области КДА. Она провела исследования по роли языка и дискурса в формировании социальной реальности и социальных отношений. Исследователь разработала концепцию "распределения дискурсивной власти", которая отражает неравенство и властные отношения в обществе через использование языка[49,с. 18].

Работы этого автора оказали влияние на продвижение КДА несколькими способами. Во-первых, она разработала теоретическую основу для анализа использования языка в социальных контекстах, сосредоточив внимание на том, как дискурс воспроизводит и укрепляет социальные иерархии. Ее концепция «критической лингвистики» подчеркивает роль языка в формировании социальной реальности и утверждает, что использование языка следует понимать в его социальном и историческом контексте.

Во-вторых, австрийская исследовательница внесла свой вклад в разработку методологий критического анализа дискурса, особенно в отношении анализа политического дискурса. Она разработала методы анализа политических речей, медиатекстов и других форм публичного дискурса, которые выявляют лежащие в их основе отношения власти и идеологии, которые их формируют.

N.Fairclough также внес существенный вклад в развитие КДА. Он исследовал взаимосвязь между дискурсом, идеологией и социальными практиками. Ученый акцентировал внимание на анализе дискурсивных практик и их роли в поддержании или изменении социальной структуры и неравенства.

Все эти исследователи внесли значительный вклад в развитие КДА и предложили различные теоретические рамки и подходы к анализу дискурса. Их работы позволяют лучше понять роль дискурса в современном информационном пространстве.

КДА также изучает способы, которыми медиадискурс воспроизводит и укрепляет доминирующие культурные нормы и ценности. Например, они могут исследовать, как СМИ создают и укрепляют гендерную, расовую и другие социальные идентичности и как эти идентичности связаны с властными

отношениями в обществе. Они также могут анализировать, как медиа дискурс укрепляют господствующие политические и экономические идеологии и как это формирует общественное мнение и политические решения.

Кроме того, КДА изучает способы использования медиадискурса для оспаривания отношений доминирующей власти и содействия социальным изменениям. Они могут анализировать, как социальные движения и группы активистов используют медиа-дискурс для повышения осведомленности и мобилизации общественной поддержки своих целей, или как маргинализированные группы используют медиа-дискурс, чтобы сопротивляться доминирующим нарративам и бросать вызов отношениям власти.

Подход N.Fairclough к КДА основан на очевидной идее, что язык является ключевым инструментом для построения и поддержания отношений социальной власти. Он утверждает, что использование языка не является нейтральным, а определяется социальным и политическим контекстом, в котором он используется. Таким образом, язык является одновременно и отражением властных отношений, и средством их воспроизведения и оспаривания.

Одним из основных вкладов N.Fairclough в КДА является его трехмерная структура для анализа дискурса. Эта структура включает анализ дискурса на трех уровнях:

Текстовый анализ: включает в себя анализ языка и грамматики, используемых в тексте, для выявления шаблонов и структур, которые способствуют построению смысла.

Анализ дискурсивной практики: включает анализ социальных практик и институциональных контекстов, в которых используется язык. Он утверждает, что дискурс формируется социальными практиками и институтами и что эти практики и институты формируются дискурсом.

Анализ социальной практики: включает в себя анализ более широких социальных, культурных и исторических контекстов, в которых создается и потребляется дискурс. N.Fairclough утверждает, что дискурс формируется более крупными социальными и историческими силами, и что эти силы, в свою очередь, формируют дискурс.

Подобный подход разделяется нами при анализе соотношения трех общественно-политических проектов с реальными концептуальным пространством трех изданий.

Подход N.Fairclough к КДА оказал влияние на формирование области. Его работа была особенно важна в области анализа медиа-дискурса и анализа политического дискурса, где его структура использовалась для анализа способов, которыми язык используется для построения и поддержания отношений в обществе.

В целом, трехмерная схема анализа дискурса N.Fairclough оказала особое влияние и предоставила ученым полезный инструмент для понимания сложных

способов использования языка для построения и поддержания отношений в обществе [58,59].

Исключительное место в этом ряду занимают работы М. Фуко — французского философа и социального теоретика, внесшего значительный вклад в критические дискурсы исследования. Работа Фуко о власти, знании и дискурсе оказала особое влияние на то, как ученые думают об отношениях между языком и властью [54, с. 16].

Вклад М.Фуко в КДА можно проследить до его концепции «власть/знание». Он утверждал, что власть и знание взаимосвязаны, и что власть — это не просто нечто, чем обладают отдельные люди или группы, она распространяется по всему обществу и встроена в то, как мы думаем и говорим о мире. Для Фуко знание не является нейтральным, оно всегда вовлечено в отношения власти, поскольку одни знания имеют преимущество перед другими [54,с. 17].

Концепция силы/знания М.Фуко оказала особое влияние на дискурс. Он утверждал, что дискурс - это не просто вопрос коммуникации или репрезентации, но место властных отношений.М.Фуко утверждал, что дискурс формируется властными отношениями и, в свою очередь, формирует властные отношения, конструируя одни формы знания и исключая другие. Другими словами, дискурс играет решающую роль в воспроизведении и оспаривании властных отношений в обществе.

Анализ М.Фуко силы/знания также оказал влияние на изучение институтов и социальных практик. Он утверждал, что такие учреждения, как тюрьмы, школы и больницы, являются не только нейтральными местами социального контроля, но и сами вовлечены в властные отношения. Анализ институтов, проведенный Фуко, подчеркивает способы, которыми власть действует через повседневные практики и рутины, и то, как эти практики сами формируются дискурсивными нормами и ценностями. В целом вклад М. Фуко в КДИ был весомым. Акцент М.Фуко на роли дискурса в формировании социальных институтов и практик также оказал влияние на изучение институтов и социального контроля.

В реальной коммуникативной практикеполитический дискурс и медиадискурс оказываются взаимосвязанными. Первый определяет тематическое наполнение второго, второй пытается в своем демократическом “окружении” выработать повестку тем.

Политический дискурс относится к использованию языка в политическом общении, включая речи, дебаты, интервью и другие формы политического общения. Это включает в себя способы, которыми политические деятели используют язык для передачи своих идей, ценностей и убеждений, а также для убеждения других принять их позицию по различным вопросам.

Анализ политического дискурса — это изучение политической коммуникации с упором на язык и дискурс, используемые политическими акторами. Он включает анализ содержания, структуры и контекста

политической коммуникации, чтобы понять стратегии, тактики и идеологии, лежащие в основе политического дискурса.

Для понимания политического медиадискурса в качестве нормативно-закрепленных процедур создания текста, используемых СМИ при описании политической действительности воспроизводит критический подход, фокусирующийся на формальной природе дискурса.

Тем самым, анализ политического дискурса становится междисциплинарной областью исследований, творчески интегрирующей достижения лингвистики текста, нарративного анализа, стилистики и риторики. Кроме того, анализ дискурса тесно связан с когнитивными процессами социокультурного использования языка, что создает предпосылки для интеграции лингвистически, дискурсивно-аналитических, психологических и социологических исследований. Отмечая междисциплинарную природу исследований, осуществляемых «на стыке» (точнее, при концептуальном взаимодействии) философии языка, философии политики, лингвистики (в частности ориентированной на анализ дискурса). При анализе дискурса объектом исследования становится информационная структура сообщения – структура, возникающая в социальном контексте и проявляющаяся в семантике соответствующих текстов. Как утверждает М.Фуко, эта информационная структура есть некоторая дискурсивная константа, или модель, отвлеченная от описываемой в дискурсе реальности. В тоже время, формирование этой константы зависит от социального опыта – внешнего (институционального) и внутреннего (законов организации самого дискурса). Подобные социально детерминированные информационные структуры обеспечивают процесс познания. Тем самым, одной из основных задач при анализе дискурса становится разработка концептуальных, существующих в сознании социума моделей, на основе которых строятся политические дискурсы [54, с. 17].

Анализ дискурса – сравнительно новая область исследования, появившаяся в науке около двадцати лет тому назад – переживает ныне период ускоренного развития в рамках различных дисциплин, включая лингвистику, антропологию, социологию, психологию, философию и др.

Как отмечает профессор А.Марков, что критическая теория выражает важный аспект критической теории, особенно в контексте критики массовой культуры. Критическая теория, как направление в социологии и философии, стремится анализировать общественные явления, включая культуру, с учетом социальных, политических и экономических аспектов. Основная идея заключается в том, что культура и искусство, казалось бы, нейтральные и развлекательные аспекты жизни, могут также служить средством контроля, манипуляции и подавления [60].

Культура, включая массовую культуру, часто оказывается инструментом власти и контроля в руках определенных социальных и экономических групп. Это может проявляться в форме манипуляции массовым сознанием, формирования стереотипов, продвижения определенных ценностей или идеологий, а также в коммерциализации и промышленном производстве

культурных продуктов, которые, хотя и кажутся разнообразными и доступными, на самом деле подчинены логике прибыли и контроля.

Эта критика массовой культуры важна, так как она позволяет обнаруживать скрытые отношения власти и эксплуатации в обществе, а также поднимать вопросы о свободе, разнообразии и эмансипации в культурной сфере. Критическая теория ставит под сомнение утверждение, что культура всегда является просто отражением общественной реальности, и предлагает анализировать, как она может служить интересам доминирующих групп и структур власти [61].

Семь поворотов, выделенных Дорис Бахманн-Медик, немецкой исследовательницей, в своем фундаментальном труде "Культурные повороты". В этой работе представлены собой важные темы и концепции в современных социальных и гуманитарных исследованиях. Каждый из этих поворотов подчеркивает изменения в способах анализа и понимания культуры, общества и социокультурных процессов. Целесообразно рассмотреть каждый из них:

1. Интерпретативный поворот: Этот поворот акцентирует важность интерпретации и анализа в сравнении с простым сбором фактов. Интерпретация помогает исследователям разрабатывать стратегии для понимания и работы с фактами, а также определять их возможности и ограничения.

2. Рефлексивный поворот: Этот поворот подчеркивает необходимость постоянной проверки и критической оценки научных концепций и моделей, чтобы избежать упрощений и заволашевания формулами, которые могут отвлечь исследователей от реальности.

3. Перформативный поворот: Этот поворот подчеркивает идею, что культурные действия не имеют заранее заданного смысла, а могут приобретать новые значения и смыслы в процессе взаимодействия. Это подчеркивает динамичную и изменчивую природу культуры.

4. Постколониальный поворот: Этот поворот напоминает, что культура неразрывно связана с опытом колониализма и власти, и подчеркивает необходимость разоблачения и анализа привилегий и доминирования внутри культурных практик.

5. Переводческий поворот: Этот поворот акцентирует важность перевода между различными языками и культурами для предотвращения узкого искажения смыслов и присвоения их структурами власти.

6. Пространственный поворот: Этот поворот указывает на то, что пространство не является нейтральным, а активно участвует в социальном взаимодействии и определяет, как человек представляет себе мир и осуществляет свои действия.

7. Иконический поворот: Этот поворот подчеркивает, что образы и символы, включая их эмоциональную и энергетическую составляющую, не могут быть просто сведены к готовым интерпретациям, и важно исследовать, как они приобретают смыслы и оживают в разных контекстах.

Эти повороты помогают исследователям понимать сложность и многогранность культурных явлений, а также ориентироваться в современном мире, где культурные практики и процессы становятся все более динамичными и интерсекциональными. Эти семь поворотов можно увидеть в современных исследованиях в области социальных и гуманитарных наук, при обращении академических статей, публикациям в этой области [33, с.23].

В целом, анализ политического дискурса является ценным инструментом для понимания того, как язык используется в политике и как он формирует наше восприятие и убеждения по политическим вопросам.

Проблемами политического дискурса и анализа политического дискурса только начинают заниматься казахстанские ученые и исследователи. Тен Александр, в его основное исследование «Von Gabe, Gift und Zivilisation» фокусируется на общественных дискуссиях о казахском и русском языках в Казахстане, бывшей советской республике [62]. В его работе изучается как различные социальные субъекты интерпретируют языковую ситуацию в стране с точки зрения социологии знания и дискурсивного анализа [62, с.45]. Он в своем труде ловка использовал метод КДА.

Так же необходимо отметить работу А. Абилкаирова «Discursive framing manipulation through social media and public statements by the authoritarian regime: the case of Kazakhstan 2020» [63]. В этой исследовании основное внимание уделяется использованию социальных сетей, в частности Твиттера, а также обращения президента и адресов в формировании политического дискурса в стране.

Работы Б.Курамбаева, политолога, исследователя, в которых он использует КДА метод, при анализе СМИ Центральной Азии, частности Кыргызстана. В данной статье освещаются трудности, с которыми сталкиваются журналисты в Кыргызстане [64]. В статье «An Investigation of Journalists' Job Satisfaction in Bishkek, Capital of the Kyrgyz Republic» он дает оценку журналистике, и оно была оценена как наименее важная в стране, которую многие считают «самой демократической» в Центральной Азии [65]. Необходимо указать и другие примеры использования КДА на таком примере: «Почему журналисты Центральной Азии скрывают свои имена», опубликовано в 2023 году.

Одним из ярких представителей КДА является известный российский филолог и историк культуры Г. Гусейнов. В своем труде «Языковые политики и масс-медиа в РФ и сопредельных странах поздней советской и постсоветской эпохи», он анализирует роль политического языка, используя метод КДА. По его толкований «политический язык – это язык, используемый в политическом контексте, включая коммуникацию в политических объединениях, органах власти, СМИ и других сферах общественной жизни. Он обладает своими особенностями и вариативностью, отражающими политическую и культурную среду, в которой функционирует» [67].

Также он подчеркивает, что анализ политического языка должен изучаться в контексте национального речевого пространства. Важно различать свой и чужой язык при анализе речевой реальности. Хотя язык может быть

изменчивым, носители языка зачастую считают его ядро постоянным, что создает основное противоречие. Здесь же укажем, что этот подход нами разделяется и частично присутствует в 3 главе диссертационного исследования.

В политике и культуре существует полигlossия, то есть различные варианты одного языка, используемые в разных сегментах политического языка. Для выделения ключевых слов и терминов в политическом языке могут использоваться как интуитивные, так и научные методики.

Основные функции языка в политическом контексте включают коммуникацию, познавательную функцию, выражение, управление и идентификационную функцию, которая помогает создавать личную и социальную историю. Язык также может выполнять перформативную функцию.

Это лишь некоторые из многих ученых, которые внесли свой вклад в изучение политической коммуникации и медиадискурса и его анализа.

Теория политической коммуникации занимается изучением способов передачи информации и сообщений в контексте политики, и тем, как эта коммуникация влияет на политические результаты. Она опирается на широкий спектр теоретических подходов из области коммуникационных исследований, политологии, социологии и других дисциплин, необходимых чтобы понять сложные взаимодействия между политическими акторами, СМИ и гражданами.

Междисциплинарный характер и критическая перспектива КДА связаны между собой, так как концепция «критики» составляет тот идеологический фундамент, который позволяет интегрировать исследовательские принципы, методы и методики различных направлений дискурсивных исследований. Помимо междисциплинарной специфики, иной не менее важной характеристикой КДА является принцип «критики», а именно: критический дискурс-анализ определился не столько как направление дискурсивных исследований, сколько как критический ракурс любых исследований, связанных с ролью языка в передаче знания. Именно этот подход необходима развивать и накладывать на реальные тексты в медиадискурсе США и Казахстана нашего времени.

Выводы по I разделу

В данной главе рассмотрена и предложена разработка современных гуманитарных парадигм связанных с изучением "медиального пространства", определяются созвучные или близкие по смыслу понятия, такие как "картина мира," "ментальное пространство," и "когнитивное пространство." Сначала следует отметить, что в данном диссертационном исследовании используются разные понимания терминов "медиальный" и "медийный." При этом второй термин входит в смысловое поле первого. В частности "медиальный дискурс" подразумевает все возможные способы передачи сообщения человеком, в то время как "медийный дискурс" традиционно ограничивается текстами журналистов.

Парадигма исследования медийного дискурса, как это доказано в работе, предполагает объединение различных дисциплин, в котором медиа рассматриваются как ключевой элемент и символическая форма передачи информации. В данном контексте методология критических дискурс-исследований предоставляет научный инструментарий для понимания концептуальных аспектов медиадискурса. Взаимодействие междисциплинарных подходов возможно на стыке теории ментальности, медиологии и социолингвистических концепций, которые применяются при анализе текстов в массовых коммуникациях как в США, так и в Казахстане.

Необходимо подчеркнуть, что парадигма изучения медийного пространства должна выстраиваться на пересечении фундаментальной и вторичной теорий. Только в таком контексте становится возможным проведение точного анализа медиадискурса. В рамках теории когнитивного пространства и теории медиальности был разработан методологический и методический инструментарий, который позволяет исследовать когнитивные стратегии и концептуальное пространство до, во время и после создания медиатекстов.

Также в данной диссертационной работе дан обзор теории и практики критического дискурс-анализа. КДА представляет собой оригинальный подход к изучению языка и дискурса, который выходит за рамки простого анализа структуры и семантики текстов. Его целью является исследование взаимосвязи между языком, властью, культурой, идеологией, а также их влияния на общество и межличностное взаимодействие. КДА (критический анализ дискурса) характеризуется как междисциплинарный мультиметодический подход, а не отдельная изолированная дисциплина. Закономерно, что Т. ван Дейк отмечал, что КДА представляет собой комбинацию критических теорий и их практического применения, а не просто критический анализ.

Критическая теория, включающая в себе КДА, важна, особенно в контексте критики массовой культуры. Это направление в социологии и философии стремится анализировать общественные явления, включая культуру, учитывая социальные, политические и экономические аспекты. Основная идея заключается в том, что культура и искусство, кажущиеся нейтральными, могут служить инструментами контроля, манипуляции и подавления. Основные функции языка в политическом контексте включают коммуникацию, познавательную функцию, выражение, управление и идентификационную функцию, которая помогает создавать личную и социальную историю. Язык также может выполнять перформативную функцию. Это всего лишь несколько из многочисленных вкладов ученых в исследование политической коммуникации и медиадискурса, а также их анализа.

Теория политической коммуникации занимается изучением способов передачи информации и сообщений в политическом контексте и воздействия этой коммуникации на политические результаты. Она опирается на широкий спектр теоретических подходов из области коммуникационных исследований,

политологии, социологии и других дисциплин, необходимых для понимания сложных взаимодействий между политическими акторами, СМИ и гражданами. Междисциплинарный характер и критическая перспектива критического дискурс-анализа (КДА) связаны между собой, поскольку концепция "критики" составляет идеологический фундамент, позволяющий интегрировать исследовательские принципы, методы и методики различных направлений дискурсивных исследований. Кроме междисциплинарной специфики, еще одной не менее важной характеристикой КДА является принцип "критики", то есть то, что критический дискурс-анализ определяется не только как направление дискурсивных исследований, но и как критический взгляд на любые исследования, связанные с ролью языка в передаче знания. Этот подход следует развивать и применять к реальным текстам в медиадискурсе США и Казахстана. Массовая культура часто становится инструментом власти и контроля в руках определенных социальных и экономических групп. Это проявляется в манипуляции массовым сознанием, формировании стереотипов, продвижении определенных ценностей и коммерциализации культурных продуктов.

Семь поворотов, выделенных в современной гуманитарной парадигме представляют собой важные темы в современных социальных и гуманитарных исследованиях. Каждый из них подчеркивает изменения в способах анализа и понимания культуры, общества и социокультурных процессов.

В целом, анализ политического дискурса является важным инструментом для понимания того, как язык используется в политике и формирует восприятие политических вопросов.

Парадигма исследования медийного дискурса, как это дано в диссертации, предполагает использование междисциплинарного подхода, который рассматривает медиа как символическую реализацию медиума, исходящего сообщения. В этой парадигме методология критического дискурс-анализа предоставляет научные инструменты для анализа концептуального пространства медиадискурса. Междисциплинарное взаимодействие происходит на стыке теории ментальности, медиологических теорий и социолингвистических концепций, которые применяются при анализе текстов массовой коммуникации как в США, так и в Казахстане.

2 ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА МЕДИАДИСКУРСА США И КАЗАХСТАНА

2.1 Стратификация информационного пространства медийных текстов США и Казахстана

Прежде чем обратиться к стратификационной характеристике медиального дискурса, необходимо определить в общих чертах концептуальное пространство самого дискурса в его приложении к медиасфере.

В идеале он должен определяться двумя единственно возможными составными: тематической и оценочной информацией: иначе говоря, кому-то о чем-либо сообщить и попутно дать этому оценку. Из этого, естественно, следует информационно-аналитическая направленность и соответствующее концептуальное наполнение любого издания. Самое главное состоит в том, что информационноаналитическая направленность медиадискурса в филологическом анализе, а именно при изучении его лингвокогнитивного проявления подразумевает выход на концептуальную схему, которая определяет все остальное в данной информационной картине.

В научной литературе наряду с понятием «медиапространство» встречается множество других его обозначений, использующихся в качестве синонимичных или близких по значению, чаще употребляются близко граничащие с медиапространством понятия: «информационное пространство», «единое информационное пространство», «медиа-система» и «медиа-структура». Понятие «информационное пространство» и различные его аспекты, его функционирования хорошо изучены в контексте разных сфер деятельности и познания как с теоретической, так и с практической точек зрения. Различные подходы к изучению этого понятия представлены в работах И.А. Добровольской [68], Г.Я.Солганик [69], М.Р.Желтухиной [70], Е.А.Кожмякина [71], И.Дзялошинского [72], М.Кастельс [73] и др. Отдельно выделим подход американского лингвиста Н.Хомского, согласно которому, СМИ в первую очередь определены влиянием властных структур [74]. Американский лингвист, философ и политический деятель утверждает, что СМИ, хотя их часто считают независимым и объективным институтом, на самом деле находятся под влиянием различных экономических, политических и корпоративных интересов, в которых средства массовой информации действуют как инструмент формирования общественного мнения и поддержания статус-кво. Заметим, что подобный анализ медиапространства дан только в поздних работах выдающегося американского лингвиста. В уже представленной работе Дж.Байрант и С.Томсон отмечается, что медиадискурс изучается различными когнитивными техниками [75].

«Медиапространство» является частью «информационного пространства», – как отмечает лингвист Е.П. Прохорова, – это наличие в любой точке страны информационного поля такой плотности, которая дает возможность каждому (именно каждому) получить всю необходимую и достаточную информацию для адекватной, отвечающей всем его информационным потребностям ориентации

в реалиях жизни – региона, страны, мира для выработки мнений, взглядов, позиций, которые обеспечивали бы достаточные основания для принятия верных решений» [76].

Поэтому медиaprостранство напрямую связано с плотностью информационного и политического пространства, которое имеет свои количественные и качественные показатели.

Основной целью медиа являются необходимость обеспечить максимально полное освещение событий, происходящих в обществе. В свою очередь политическая система – это структурный элемент медиaprостранства, на формирование которого оказывают влияние политические факторы. При изучении эффектов и воздействия СМИ на общество и аудиторию необходимо напомнить уже обозначенную нами концепцию американского социолога Г.Лассуэла. Процесс воздействия СМИ на общество можно описывать в опоре на формула коммуникационного процесса: «Кто? Что? Как? Кому? С каким эффектом?» [44, с.12].

Основная проблема заключается в том, что информация, передаваемая властью обществу, не всегда эффективно и однозначно воспринимается обществом из-за того, что посредник, а именно медиaprостранство, не всегда адекватно отражает эту информацию. Возникает взаимный процесс, при котором информация, поступающая от общества, не доходит до власти. СМИ, включенные в медиaprостранство, иногда не отражают интересы общества, и информация, поступающая от власти через СМИ, не всегда адекватно воспринимается обществом. На определенном уровне происходит неправильная расшифровка и искаженное восприятие информации. Но в любом случае как результат складывается такая последовательность: (рисунок 6).



Рисунок 6 - Воздействие медиaprостранства на общество

В свою очередь медиaprостранство включает в себе средства распространения политической и общественно-значимой информации. Общество – это получатели-интерпретаторы политической информации, от которых исходит информационный запрос и новый импульс [63, с.11].

В заявленных нами концептах отражается символическая власть тех групп которым принадлежит «право на речь», тех акторов коммуникаций, которые определяют медиадискурс в его тематическом и оценочном проявлении. По

концепции Т. А. Van Dijk, КДА направлен на изучение способов злоупотребления социальной властью, неравенства и доминирования, которые реализуются, воспроизводятся и сталкиваются с сопротивлением в форме дискурса в социальном и политическом контекстах. Яркая репрезентация доминирования в языке и коммуникации, а также взаимосвязи между дискурсом, познанием и обществом рассматриваются в работе Т. А. vanDijk в «Дискурс и власть» [57, с.8]. Автор отмечает, что важно изучать характеристики социального контекста дискурса и участников коммуникации. Важным участником коммуникаций являются элиты, так как они обладают особым доступом и контролем над наиболее влиятельными формами публичного дискурса, например, такими, как СМИ, политика, образование и наука. Элиты, будучи идеологическими лидерами общества, устанавливают ценности, цели и приоритеты, формулируют практические принципы и консенсус. Нужно отметить что роль элиты определяется поддержкой концепции власти[57,с.40]. В связи с этим ученый определяет дискурс как коммуникативное событие, принимая во внимание большие социальные области, в которых он реализуется, выполняемые им глобальные социальные действия и актуализируемые локальные действия. Эти концепты идеологичны и они обладают аргументативной характеристикой.

Как отмечает исследователь А.В.Олянич, «информационное пространство – это совокупность носителей информации, самой этой информации, а также концептов и образов, вовлекаемых СМИ в сознание аудитории (штампов и стереотипов массового сознания, связанных со СМИ вообще и с данным СМИ в частности). Вовлечение (внедрение) этих сущностей происходит на основе формирования особого представления у целевой аудитории СМИ о них, выгодного для хозяев СМИ, выступающих в качестве воздействующих субъектов, или в нашей терминологии - импакторов (от англ. 'impract " оказывать воздействие"). Для того чтобы выявить закономерности такого процесса, рассмотрим такое понимание концепта, которое связано с его презентационными характеристиками, г. е. рассмотрим концепт как представление» [77, с.32].Также автор подчеркивает, что дискурс представляет собой среду, в которой концепты, важные для нас, выражаются и концептуализируются. Это означает, что в дискурсе мы исследуем способы представления и выражения знаний о концептах.

Ментальные конструкторы или концепты сгруппированы в систему, затем они приобретают языковое выражение благодаря структурам, которые базируются на них. Эти структуры, в свою очередь, формируют дискурсивную систему, которая включает в себя как представление структуры, так и ее лингвистическое воплощение. Для выявления рекомбинированных концептуальных систем, которые используются в массовых СМИ в информационных процессах, А.В.Олянич провел анализ контента доступных ему СМИ. В результате этого анализа были выявлены следующий набор концептов, которые каким-либо образом присутствуют в современных СМИ и подвергаются смысловой рекомбинации. Эти концепты СМИ (по трактовке

А.В.Олянича) следующие: 1. Политика, 2. Экономика, 3. Культура, 4. Образование, 5. Бытие, 6. Религия, 7. Война, 8. Спорт, 9. Технологии, 10. Наука, 11. Здоровье, 12. Работа, 13. Глоттония, 14. Коммуникации, 15. Смерть, 16. Право, 17. Мироустройство, 18. Социальный статус личности, 19. СМИ как информационный инструмент, 20. Гендер, 21. Этнос [77, с.35].

Целесообразно привести лингвокогнитивное наполнение этих концептов СМИ, по трактовке А.В.Олянича:

1. Политика: лидер, партия, благополучие, нищета, правительство, парламент, жизнь, война, выборы, претенденты, пиар, провокация, обещание, реформа, закон, народ, президент, история, экономика, культура, гласность, открытость, цензура, слово, власть, мир, страна, государство.

2. Экономика: деньги, капитал, акции, биржа, производство, торговля, бизнес, менеджмент, маркетинг, банк, финансы, индустрия, бартер, валюта, облигации, акции, директор, хозяин, маржа, прибыль, рост, бухгалтер, девальвация, инфляция, дефляция; ревизия, реклама, реструктуризация, альянс, сделка, контракт, договор, банкротство, должник, компания, ООО, фишки, позиционирование, недвижимость, имущество, рынок, индекс деловой активности, корпорация, акционер, дефолт, трейдер, брокер, богатство, бедность.

3. Культура: театр, кино, телевидение, искусство, литература, архитектура, дизайн, мода, стиль, шедевр, фестиваль, конкурс, книга, режиссер, актер, продюсер, журналист, писатель, репортер, статья, журнал, знание, артефакт, образ, культуртрегер, оператор, статист, монтажер, художник, скульптор, график, графика, живопись, масло, акварель, гуашь, пастель, дискуссия, диалог, критик, интерпретация, альбом, богема, элита.

4. Религия: вера, Бог, Иисус, возмездие, грех, искупление, благо, рай и ад, чистилище, апокалипсис, церковь, священник, иерархи церкви, ересь, служба, литургия, икона, идол, мессия, паломничество, канон, молитва, конфессии, миссионерство.

Как это будет показано дальше, подобное *наполнение* имеет контекстные по отношению России и хронологические начало XXI века рамки. В концептуальном наполнении в нашей работе присутствуют и другое тематическое и идеологическое *наполнение*, также обусловленное иным контекстом и временем. Но ради объективности, укажем и на имеющиеся общие параметры оценки.

Изучение указанным этим автором концептуального содержания показало, что все концепты, вовлеченные в информационный процесс через СМИ, подвергаются драматизации и театрализации. Драматизация или театрализация информационного процесса означает, что существует определенное распределение ролей среди участников и организаторов этого процесса в СМИ.

Среди ролей в информационном процессе, которые могут встречаться, можно выделить: новостные и политические инициаторы, репортеры, корреспонденты, журналисты, обозреватели, издатели, владельцы СМИ, аудитория, зрители, слушатели, избиратели, политические технологи (PR-

специалисты), источники информации (информаторы), авторы текстов, комментаторы, редакторы, цензоры, сторонники и оппоненты, потребители, рекламисты, объекты информационного воздействия, инициаторы информационного воздействия и борцы за гражданские права [77, с. 35].

Каждый из участников информационного процесса несет определенную ответственность за структурирование информационно-коммуникативного пространства и наполнение его необходимой и достаточной информацией. Процесс структурирования информационно-коммуникативного пространства включает в себя взаимодействие вышеупомянутых концептов и связанных с ними идей в массовом информационном дискурсе. Для лингвистического анализа этого процесса мы можем использовать публикации, связанные с политической дискуссией по актуальным социально-политическим вопросам. Эти публикации обычно обращены к широкой аудитории и могут отражать разные точки зрения, что позволяет выявить различные аспекты концептуализации коммуникации и их потенциальное воздействие на аудиторию. Таким образом, анализ дискуссионных материалов массового информационного дискурса поможет нам лучше понять цели и задачи, связанные с воздействием массовых медиа в данном контексте [77, с. 68-69].

В этом параграфе представлена попытка применить известные методы дискурсивного анализа по отношению, к американской ежедневной газете The New York Times, к конкретным СМИ Казахстана: общественно-политическая газета “Жас Алаш”, общественно-политическая газета “Курсив”. Выбор этих изданий связан с их различающейся общественно-политической ориентацией, разной целевой аудиторией.

По методике дискурсивного анализа является выявление и описание концептуального пространства в указанных источниках. Эмпирическую базу исследования составляет корпус статей за период 2021-2023 года. Полный список статей дан в приложении В. Данный корпус статей включает в себе тексты, отобранные по следующим основаниям:

а) они заявлены как редакционные статьи, что выделяет их как актуальные и выражающие редакционную политику в конкретный временной интервал;

б) они созданы ведущими журналистами изданий, которые сочетают в своих материалах как авторскую позицию, так и общие установки редакции;

в) жанр и объем журналистских материалов (аналитическая или информационно-аналитическая статья, объем от 10000 до 20000 знаков). В исследовании были использованы различные методы анализа текста, в зависимости от степени формализации – формализованные и неформализованный (тематический) анализ.

Алгоритм проведения исследования включает шесть последовательных этапов. В основном такой анализ состоит из двух уровней: так называемый «анализ на входе», сконцентрированный на тематическом аспекте текстов, и «анализ в глубину», направленный на тщательный и детальный анализ логичности и связности текстов [75, с. 112]. На входе - концептуально обобщают текст и конкретизируют наиболее важную информацию в нем. Анализ в

глубину: анализ жанра, микроструктуры текста, дискурсивных стратегий и схем аргументации, а также других средств лингвистической реализации (таблица 1).

Таблица 1 - Алгоритм проведения исследования

Наименование этапа	Описание этапа	Результат реализации этапа
Определение источника (источников)	Источником был выбран общественно-еженедельный политический газеты TheNewYorkTimes, “Жас Алаш”, “Курсив” наиболее аналитическое и объективное издания	Выбран источник материалов исследования –
Отбор публикаций	Многоступенчатый отбор. На первом этапе была осуществлена выборка публикаций за период 2021-2032гг TheNewYorkTimes, “Жас Алаш”, “Курсив” На втором этапе были отобраны релевантные (удовлетворяющие информационной потребности) статьи	Редакционные колонки и программные статьи Сформирована выборка исследования. Размер – статей газет релевантных теме исследования. Период январь2021 – декабрь 2023
Определение единиц анализа	Разделение текста статьи на два структурных элемента – заголовок и текст	Сформированы две подвыборки исследования – заголовки статей и тексты статей
Определение тематических доминантов по методике контент - анализа заголовков: автоматическое и эвристическое	Проведение автоматической контент анализа заголовковстатей с помощью сервиса «Облако слов» https://wordscloud.pythonanywhere.com/ , CloudofWords [https://www.wordclouds.com/]	формирование облака слов для наглядной демонстрации наиболее употребляемых в заголовках ключевых слов; выделение тематических центров
Классификация текстов статей: автоматическая и эвристическая	Проведение автоматического и эвристического тематического анализа текстов статей («bottom-upapproach»). Автоматический тематический анализ проводился двумя методами: кластерный анализ и тематическое моделирование	
Выявление и описание элементов концептуального пространства на основе проведенной классификации	Индуктивное выделение и описание элементов концептуального пространства Казахстана на основе выделенных эвристическим кодированием тем	Выявлено и описано концептуальное пространство медиадискурса Казахстана и США

По указанной ниже методике определены источники и отобраны статьи для контент-анализа заголовков трех изданий. Термин "тематическая карта" введен Т.Г. Добросклонской для представления тематической организации медиа текстов. Она описывает тематическую карту как условную карту,

которая упорядочивает кажущийся хаотичным поток информации по тематике и типологии. Тематическая карта отражает важные количественные и качественные показатели информационного пространства, включая интенсивность освещения темы и место тем в общей медиакартине. Каждая издания используют устойчивую систему рубрики, чтобы организовать и упорядочить динамично меняющуюся картину мира. Рубрики газеты представляют собой регулярно воспроизводимые темы, такие как бизнес, политика, спорт, экономика, культура [78-86].

Роль ключевых слов в моделировании тематической карты новостного дискурса несомненна. Повторяющиеся ключевые лексемы и обороты играют важную роль в формировании информационных волн. Они активизируют ассоциативные связи и повышают интенсивность репрезентации конкретной темы. Ключевые слова обладают свойством информативности и способны содержать значительное количество информации, несмотря на физический объем текста. Извлечение ключевых слов из заголовков статей позволяет определить наличие определенных тематических координат в материале. Таким образом, тематическая карта и ключевые слова играют важную роль в организации и упорядочении медиа дискурса, позволяя представить информацию в структурированной форме и выявить основные темы и тенденции в информационном пространстве. Для выявления ключевых слов лучше всего подходит метод количественного подсчета, а именно контент-анализ.

Автоматизированный контент-анализ, примененный к газетным статьям, может выявить ключевые темы. Это выполняется автоматически с помощью сервиса «Облако слов» <https://wordscLOUD.pythonanywhere.com/>, где сервис формирует изображение таким образом, чтобы наиболее весомые лексемы были показаны более крупным размером, чем остальные.

В материал данной главы включен анализ заголовков из разделов, посвященных глобальным вопросам экономической и общественно-политической сфер жизни. Эти разделы обычно находятся на нескольких первых страницах издания, так как они содержат главные статьи номера. В этих статьях освещаются события, которые привлекают всеобщее внимание, а также публикуются экспертные мнения по этим вопросам.

После этого из выбранных заголовков были созданы графические изображения часто встречающихся слов с использованием сервиса "Облако слов". Эти слова рассматриваются как ключевые слова медиадискурса и основные элементы в концептуализации политической картины мира. Они могут выступать в качестве имен концептов и формировать поле соответствующих концептов. Частота употребления определенной лексики свидетельствует о темах, обсуждаемых в медиа текстах (рисунок 7).

Результат анализа казахского издания “Жас Алаш” представляет, что ключевые лексемы больше соотносятся только с отдельными концептами такими как «Қоғам, Билік». Также следующие широко обсуждаемые темы: Қазақстан экономикасы, саяси партиялар мен сайлаулар, өнеркәсіп және инновациялық даму, жол апаттары мен қаржылық мәселелер, денсаулық сақтау, білім және оқу-жаттығу мәселелері, саяси және құқықтық мәселелері. Это наглядно подтверждает, что в казахской прессе в редакционных статьях значительное внимание уделяется внимания общей тематической политическо-общественной, социо-культурной рубрикации.

Анализ в газете “Курсив” газетных заголовков выглядит следующим образом (рисунок 9):

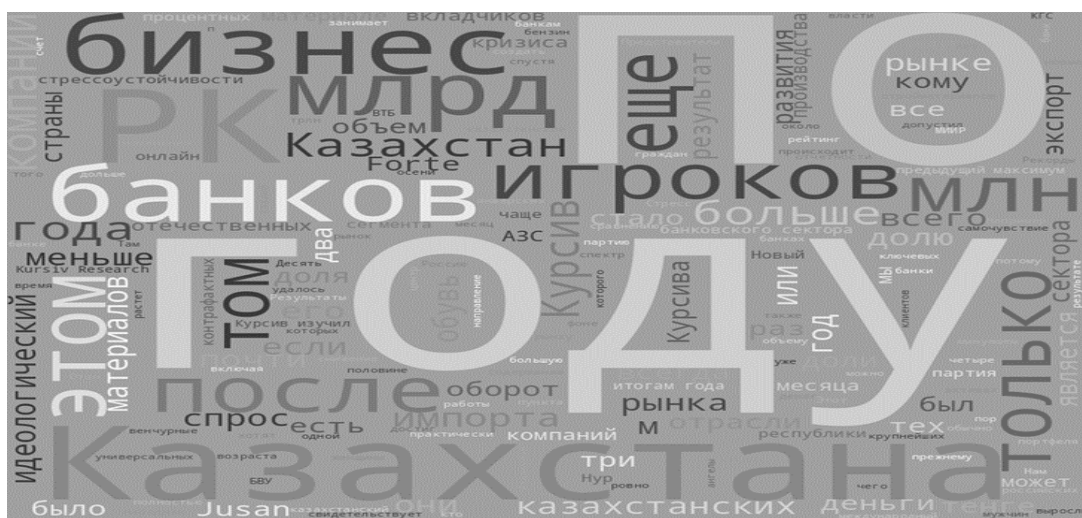


Рисунок 9 - Облака слов, сформированные по заголовкам статей издания “Курсив”

Результат анализа ключевых лексем в заголовках русскоязычной газеты «Курсив» подтверждает, что тематическое издание соблюдает своеобразный “нейтралитет” в освещении общественно-политической проблематики.

Путем применения контент-анализа и наблюдения за появлением ключевых лексем в различных контекстах мы смогли объединить их в тематические группы. Интересно отметить, что основные группы лексики, которые мы выявили, совпадают с тематическими разделами, присутствующими в самих газетах. Своеобразным подтверждением последнего является следующая схема, предлагаемая нами для анализа в которой очевидно проявление общественно-политических проектов в медиадискурсе.

Целесообразно схематично привести, то к чему подчиняется тематические и идеологические составляющие в трех изданиях (“NYT”, “Жас Алаш”, “Курсив”): (рисунок 10).

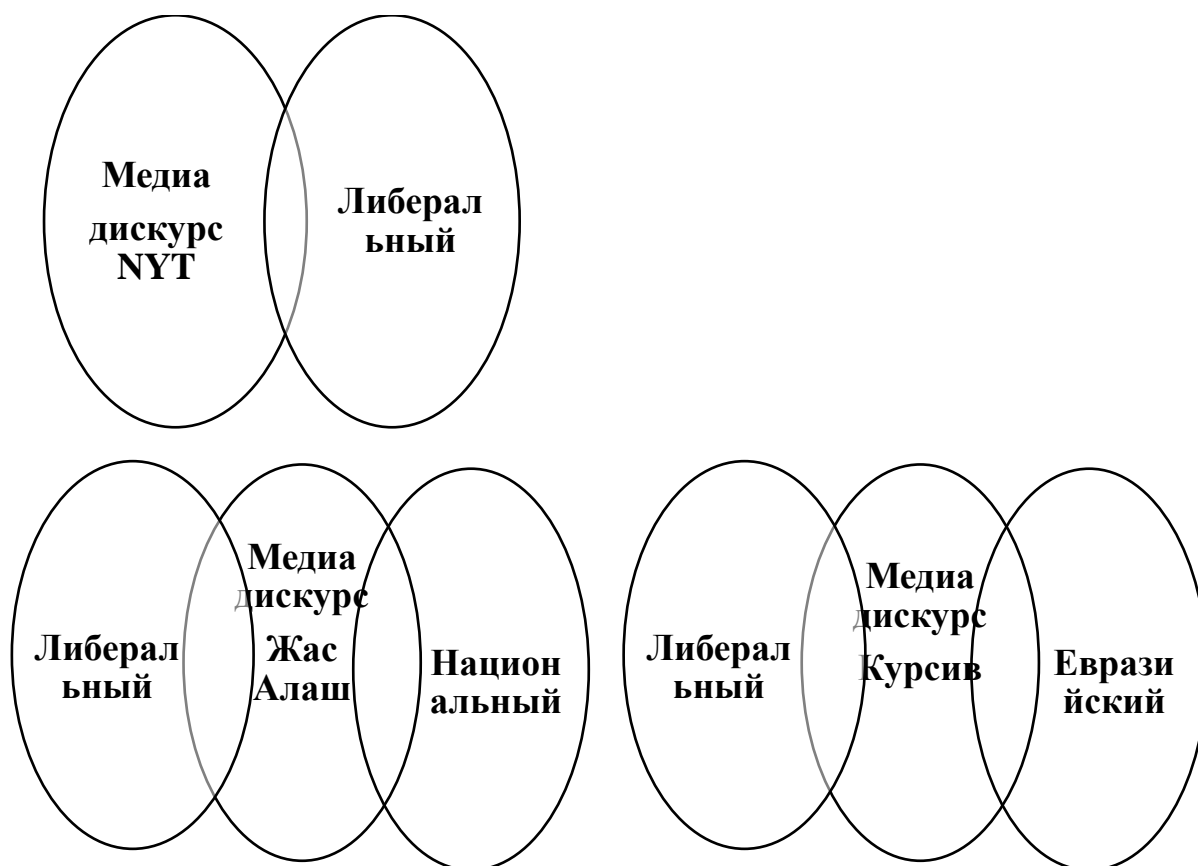


Рисунок 10 – Соотношение общественно-политических проектов с медиадискурсом США и Казахстана

Данные общественно-политические проекты выявлены нами на основе политических концепций, подтверждаются коммуникативистскими исследованиями и авторскими исследованиями под руководством Г.Г.Гиздатова.

В практике американского социокультурного пространства либеральный проект (LiberalProject) имеет уже устоявшийся контекст осмысления и употребления. Для дальнейшего осмысления темы необходимо обозначить, что в социокультурном пространстве Казахстана вычленимы три проекта: евразийский, национальный и либеральный. Эти проекты имеют свои исторические основы, определяют одновременно реальную политику и, соответственно, находят свое медиальное отражение. Вкратце обозначим суть каждого из них. Все они возникали и продолжают существовать в виде не только документов, но и иных текстов, дискурсов, визуальных образцов. Евразийский проект полностью состоялся в официальном русскоязычном дискурсе, но не нашел вне политического дискурса власти внятного отражения. Национальный политико-идеологический проект близок, а иногда и равен национал-патриотическому, популярен в собственно казахском дискурсе. Либеральный проект фрагментарно присутствует в околополитическом дискурсе экспертов, больше отмечен в новых медиа-арт-дискурсе. Все три проекта – это

постоянные рамки, за пределы которых медийные носители этих дискурсов предпочитают не выходить.

Следует пояснить, что по отношению к NYT либеральный проект, как это будет далее подтверждено, является определяющим. По отношению к изданию “Жас Алаш” национальный и либеральный проект представлены в разнопропорциональной степени. По отношению к газете “Курсив” нами выявлено проявление евразийского и либерального проектов. Следует заметить, что обозначенные общественно-политические проекты возможны в медиадискурсе только независимых СМИ, таковыми являются все анализируемые нами издания. Кроме того, именно с этими общественно-политическими проектами соотносятся выявленные нами и другие концепты прессы.

В работе А.Байгожиной “Казахские и русские газеты республики: непересекающиеся миры параллельных культур” дано последовательное и логичное раскрытие существования казахской и русской прессы при помощи методов деконструкции. Автор отмечает, что казахские и русские газеты представляют разные взгляды на мир. Также эти два типа газет описывают действительность с совершенно разных точек зрения. Точнее, чтобы выразить это более корректно, можно сказать, что они интерпретируют реальность по-разному. Это особенно заметно в материалах, посвященных культуре [78, с. 38].

Следует пояснить, что выявленные нами концепты, частично совпадают с концептами, которые были выявлены А.В.Оляничем, пересекаются между собой и соотносятся с образами и темами в медийном дискурсе, на наш взгляд, следующим образом: (рисунок 11).

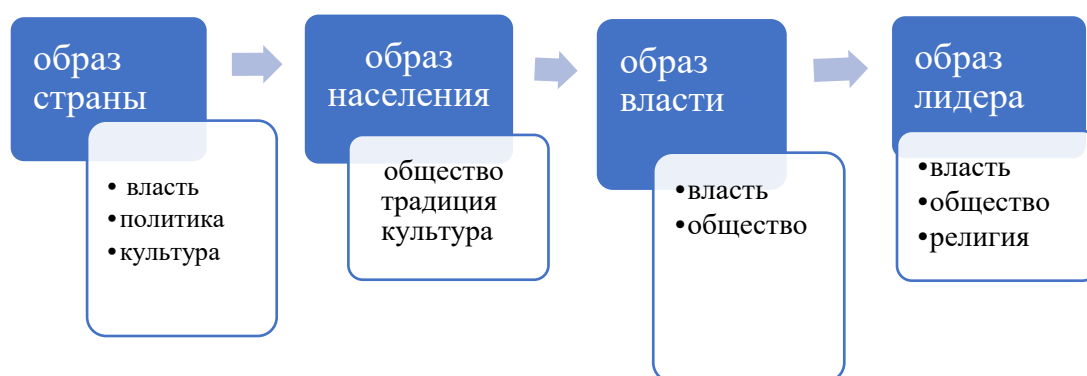


Рисунок 11- Образы и тематики медийного дискурса

Эти образы складываются из концептов: на материале медиадискурса США: *power, individual, society, tradition, religion, culture*; на материале казахского медиадискурса: *билік, жеке тұлға, қоғам, салт-дәстүр, дін, мәдениет*; а также в русскоязычной прессе Казахстана: *власть, личность, общество, традиция, религия, культура*.

Переходя непосредственно к анализу, отметим, что в целом стратификация информационного пространства медиатекстов в США отражает разнообразие и сложность медиаландшафта страны. В то время как крупные традиционные медиаорганизации продолжают играть значительную роль, им все чаще бросают вызов новые цифровые СМИ, платформы социальных сетей и альтернативные медиа-источники.

Информационное пространство медиатекстов относится к количественным и типовым аспектам информации, которая содержится в том или ином фрагменте медиаконтента. Это может относиться к объему представляемой информации, а также к уровню детализации и сложности.

В печатных СМИ США крупнейшими по размеру тираж газеты являются следующие (таблица 2)[79,с. 45]:

Таблица 2

Название газеты	Периодичность издания	Тираж издания
«USA Today»	Ежедневно	2,2 миллион
«The Wall Street Journal»	Ежедневно	2,1 миллион
«The New York Times»	Ежедневно	1,2 миллион
«Los Angeles Times»	Ежедневно	902 000
«The New York Daily News»	Ежедневно	715 000
«The Washington Post»	Ежедневно	707 000

В самом общем виде стратификация информационного пространства - это процесс разделения информационного пространства на различные уровни или категории в соответствии с различными параметрами.

В информационном пространстве медиальных текстов параметры могут включать географическое расположение: медиальные тексты могут быть разделены на национальные, региональные и локальные, которые отражают различные интересы и потребности аудитории в зависимости от их местоположения.

В американском медиапространстве существует множество типов газет, ориентированных на разные интересы и читательскую аудиторию. Некоторые из наиболее распространенных типов газет включают в себя национальные газеты: это газеты, которые освещают новости и события со всей страны и читаются широкой аудиторией. К таким относятся The New York Times, The Wall Street Journal, USA Today и The Washington Post.

Региональные газеты - это газеты, освещающие новости и события определенного региона или штата. Их часто читают люди, интересующиеся местными новостями и политикой. Примеры включают в себе The Los Angeles Times, The Chicago Tribune и The Boston Globe. Также хотелось бы отметить что в США существует такие газеты как «alternative» газеты, невозможные в нашей медиапространстве, эти газеты, посвященные альтернативным новостям и точкам зрения. Они часто освещают истории, которые игнорируются основными СМИ. Примеры включают The Village Voice, The Phoenix New Times и The Austin Chronicle. Существует множесо этнических газет: это

газеты, которые обслуживают определенные этнические группы, такие как латиноамериканское, афроамериканское или азиатско-американское сообщество. Примеры включают The New York Amsterdam News, The Chicago Defender и The Asian Journal [80,с. 16].

На сегодняшний день Соединенные Штаты Америки занимают в мире ведущее место в информационном пространстве. Картина американских средств массовой информации весьма многообразна, а приоритеты прессы отличаются информативностью и подчинением общественному интересу. В первую очередь медиадискурс США подчиняет себя общественному интересу, в которых свобода слова, а следовательно, свободное существование средств массовой информации является важным условием нормальной жизни общества. Это зафиксировано в первой поправке к Конституции США, которая, в частности, гласит: «Конгресс США не будет принимать законы, ограничивающие свободу слова или прессы». Поэтому американские СМИ позиционируют себя как хранители норм демократического государства. Но одновременно американские СМИ являются «силой» способной манипулировать общественным мнением. Неслучайно ее называют «четвертой властью».

Как подчеркивают сами американцы, законодательная власть следит за исполнительной, судебная — и за той, и за другой, а пресса — за всеми. В стране нет государственных СМИ. В последние десятилетия медиаиндустрии США наблюдаются рост электронных СМИ. Как показывает «Исследовательский центр общественности и прессы Пью» (ThePewResearchcenterforthepeopleandthePress), 74% американцы получают информацию о национальных и международных новостях благодаря телевидению, в то время как только 44% населения читают газеты. Уменьшение количества читателей привело СМИ переходит в электронную интернет-версию газет вести одновременно [4,с. 12]. Согласно информации «NationalNewspaperAssociation» [74,с. 3], в США существует более чем 1400 крупных газет и около 7000 небольших ежедневных и еженедельных газет.

Газета TheNewYorkTimes, называемой в быту “Седая леди” ставшая предметом нашего рассмотрения — это крупнейшая газета в США, которая публикует статьи о политике, экономике, общественной жизни и других событиях в США и в мире. Оно по праву может считаться энциклопедией американского мира в данный временный интервал. Сравните, даже номинантов Пулитцеровской премии у газет 101. Колумнисты газеты — выдающиеся авторы нашего времени [81,с. 5]. Оно, действительно, непохожа ни на одну газету в США, сразу же укажем, что таковыми являются “Жас Алаш” и “Курсив”. Ориентация этой газеты может быть характеризована как либеральная. Это всего лишь несколько примеров стратификаций типов газет, популярных в США. Есть еще много газет, которые отражают различные интересы и предназначены для различных сообществ США.

На информационное пространство медиатекстов влияет множество факторов, среди которых главенствующими являются назначение СМИ,

целевая аудитория, формат контента, редакционные решения, принимаемые создателями контента. Например, новостная статья в газете общего профиля может иметь более широкое информационное пространство и охватывать более широкий круг тем, чем специализированное отраслевое издание, посвященное конкретной теме. Информационное пространство медиатекстов также может варьироваться в зависимости от носителя, в котором представлен контент. Например, новостной сегмент на телевидении может выражать более насыщенное информационное пространство, чем более длинная статья в печатном издании из-за ограничений формата вещания.

В целом информационное пространство медиатекстов всегда играет важную роль в формировании общественного восприятия и понимания актуальных событий, проблем и тенденций. Потребителям медиа важно знать о факторах, влияющих на информационное пространство медиатекстов, чтобы критически оценивать потребляемый ими контент и формировать обоснованное мнение.

Своеобразными стилями и методами освещения новостей американские СМИ отличаются от других, однако заметим, что в казахстанских изданиях такая подача материала также уже стала обнаруживаться.

Основные характерные отличия следующие: во-первых, статья, выражающая точку зрения автора, печатаются на особых редакционных страницах (editorial pages), а информационные статьи и статьи на другие темы размещаются в остальных рубриках газеты. Во-вторых, сами новостные материалы не должны выражать субъективное авторское мнение, а должны представлять различные стороны события и стремиться к «objectivity», под которой в американской СМИ понимается акцент в публикации на справедливость и балансе (fairness and balance) освещения.

“The New York Times” - прилагает большие усилия для полноценного информирования своих читателей о мировых и глобальных событиях. На сегодняшний день New York Times имеет 26 иностранных бюро [81, с. 17]. Это газета считается одной из самых престижных газет в мире, ее авторы получили множество Пулитцеровских премий за свою журналистскую деятельность. Газета обращается широкому кругу тем, включая национальные и международные новости, политику, бизнес, технологии, науку, здоровье, спорт, искусство и культуру. Она имеет глобальную читательскую аудиторию и известна своими подробными репортажами, журналистскими расследованиями и высококачественными текстами. “The New York Times” также расширила свое присутствие на цифровых платформах, включая веб-сайт, мобильное приложение и учетные записи в социальных сетях.

В дополнение к новостям “The New York Times” представляет авторские статьи, редакционные статьи и статьи, а также разнообразный мультимедийный контент, включая видео, подкасты и интерактивную графику. Эта газета, как уже было приведено в таблице, занимает третье место по тиражу среди ежедневных газет в США (876,6 тыс. экз.). По сути, это уже не просто газета, а целый печатный сборник, в состав которого входят журнальные приложения,

альманахи, объем газеты в будние дни — 90—100 страниц, в воскресные — до 660. Сайт газеты в Интернете один из самых популярных, его посещают более 14 млн человек в месяц.

Важно указать, что “The New York Times” пользуется репутацией респектабельной газеты, избегающей сенсационности и отвечающей за достоверность публикуемых на ее страницах материалов. Редакция стремится публиковать информацию обо всех основных событиях, происходящих в стране и за рубежом, и непредвзято комментировать их [81, с. 16].

Стратификация информационного пространства газеты “The New York Times” может быть осуществлена с учетом следующих, в том числе лингвистических, параметров:

1. Рубрики: газета публикует статьи по различным темам, таким как политика, экономика, наука, культура, спорт и т.д. Стратификация на основе рубрик позволяет аудитории выбирать материалы в соответствии с их интересами и предпочтениями.

2. Степень детализации: некоторые статьи в газете могут быть более глубокими и детальными, чем другие. Стратификация на основе степени детализации помогает аудитории выбирать материалы в зависимости от их уровня знаний и интереса к теме.

3. Формат: газета предлагает различные форматы публикаций, включая статьи, репортажи, интервью, мнения и т.д. Стратификация на основе формата позволяет аудитории выбирать материалы в зависимости от их предпочтений и потребностей.

4. Время публикации: статьи в газете могут быть размещены в разное время, что позволяет аудитории выбирать материалы в зависимости от их свежести и актуальности.

5. Страны и регионы: газета освещает события, происходящие в различных странах и регионах мира. Стратификация на основе стран и регионов позволяет аудитории выбирать материалы, связанные с их географическим положением или интересами. Можно отметить, что рубрика “политика” наиболее объемно представлена в газете “The New York Times”, по общепринятой классификации, отстаивает либеральную позицию и поддерживает демократические ценности. События в мире и предоставлять различные точки зрения на эти события.

Издания “The New York Times” представляет широкий спектр тематик, от политики и экономики до науки, культуры, искусства и спорта и здоровья. Газета активно представляет новости, связанные с США и мировым сообществом, публикует репортажи и исследования о глобальных проблемах. Примером статьи, которая демонстрирует широкий спектр тематик, покрываемых газетой “The New York Times”, может быть статья “A Stroke Stole Her Ability to Speak at 30. A.I. Is Helping to Restore It Years Later” (Инсульт лишил ее способности говорить в 30 лет. Искусственный интеллект помогает восстановить ее спустя годы), опубликованная 23 августа 2023 года. В этой статье журналист газеты, Pam Belluck, (New York Times) рассказывает о том, что с помощью искусственного интеллекта стало возможным для этого

человека снова говорить. Технология преобразовала сигналы ее мозга в письменную и вокальную речь и позволила аватару на экране компьютера произносить слова и показывать улыбки, поджатые губы и другие выражения лица (Pam Belluck, NYT 23.08.23.). Это только один пример, но он ярко свидетельствует об умении американских журналистов через просто рассказанную перейти к широким обобщениям и анализу нашего времени в его техноло-гуманитарном проявлении.

Таким образом, газета “New York Times” активно освещает темы, связанные с политикой и экономикой, культурой, истории используя факты и аналитические подходы для предоставления своим читателям высококачественной и актуальной информации. Аудитория газеты “New York Times” в основном состоит из людей, интересующихся политикой, экономикой и культурой. Они обладают высоким уровнем образования и ориентированы на получение качественной и актуальной информации. Читатели газеты также интересуются темами, связанными с наукой, технологиями и инновациями. Они стремятся быть в курсе новейших тенденций и событий в мире.

В целом, стратификация информационного пространства газеты помогает аудитории быстрее и удобнее находить интересующие их материалы и получать качественную и актуальную информацию [81, с. 11].

В свою очередь казахстанский медиадискурс отличается публицистичностью и редакционной политикой.

В Казахстане по статистическим данным сайта по состоянию на январь месяц 2023 г. в Казахстане зарегистрировано 5407 СМИ, из которых 3779 составляют периодические печатные издания, 194 – телеканалы, 85 – радио, 1062 – информационные агентства и сетевые издания. (588-ИА, 474- СИ). (Отечественные СМИ – 5120, Иностранные СМИ – 287). Наиболее многочисленной группой остаются печатные – 3779 от общего количества зарегистрированных СМИ, из них газет – 2197 и журналов – 1582. Язык распространения в СМИ используются казахский и русский языки. Чаще всего в СМИ используются казахский и русский языки – 1852 СМИ, только русский язык – 853, только казахский язык – 693, на трех языках и более – 1512 [82, с. 16].

США и Казахстан – это две разные страны с разными культурами, традициями и политическими системами, и, следовательно, их информационное пространство может быть значительно отличаться друг от друга.

В США информационное пространство медиальных текстов стратифицировано по разным параметрам, таким как географическое расположение, политическая ориентация, тематика и формат.

В Казахстане медиальные тексты также стратифицированы по разным параметрам, но в более ограниченной мере, чем в США.

Таким образом, можно сказать, что информационное пространство медиальных текстов в США более разнообразно и стратифицировано по большему числу параметров, чем в Казахстане. Однако это не означает, что

медиальные тексты в Казахстане не играют важную роль в формировании общественного мнения и влияют на наше понимание мира и нашего окружающей обстановки. Материалами исследования в нашей работе являются газеты “Курсив” и “Жас Алаш”.

“Жас Алаш” — это казахстанская газета на казахском языке, которая была основана в 1913 году и возрождена в 1992 году [83].

Газета является одним из старейших и наиболее авторитетных казахстанских изданий на казахском языке. Хотелось бы выделить основные черты газеты, ими являются:

– Политический статус издания: газета “Жас Алаш” поддерживает политику национального единства и многонационального характера общества. В связи с этим, она ориентирована на поддержку главных направлений политики и экономики Казахстана.

– Тематический спектр издания: “Жас Алаш” покрывает широкий спектр тематик, газета в большей степени ориентирована на новости и события, связанные с Казахстаном и Центральной Азией. В газете публикуются статьи о политике, экономике, культуре, истории и традициях Казахстана и зарубежных стран.

– Языковой формат издания: газета “Жас Алаш” издается на казахском языке, что определяет ее аудиторию теми, кто владеет государственным языком. В то же время, это позволяет газете уделять большее внимание темам, связанным с культурой и историей Казахстана.

– Целевая аудитория издания: аудитория газеты “Жас Алаш” в основном состоит из граждан, интересующихся политикой, экономикой и культурой своей страны [83].

В свою очередь газета “Курсив”, публикует статьи на русском языке. Она ориентирована на широкую аудиторию и представляет разнообразные темы, такие как политика, экономика, культура, наука, технологии и другие. Характеристика и редакционная политика газеты «Курсив» отличается от проблематикой газеты “ЖасАлаш”.

"Курсив" – это независимая газета, которая издается с 1990 года. Основным чертам этой газеты относятся следующие: "Курсив" представляет политические и экономические события, которые могут быть важны для Казахстанского читателя. Кроме того издания отличается аналитическим подходам, газета старается анализировать события и давать читателям более глубокое понимание происходящего.

"Курсив" позиционирует себя как независимое издание, которое не привязано к какой-либо политической партии или группе интересов. Газета открыто выступает за свободу слова и прозрачность власти. Издание активно использует новые технологии и пытается быть в тренде, например, выпуская свою версию мобильного приложения. Необходимо отметить с 2019г. Деловой еженедельник “Курсив” и портал Kursiv.kz стали коммерческим партнером американской деловой газеты The Wall Street Journal с правом использовать логотип издания и распространять платный контент на русском и казахском

языках. Как отметил представитель департамента коммерческого партнерства со странами Европы Dow Jones International и Wall Street Journal Питер Коллинс, «сейчас ценность качественной журналистики высока как никогда раньше», и «Курсив» был выбран Wall Street Journal «как одно из самых популярных еженедельных бизнес изданий Казахстана» [84, с. 6].

В нашей стране имеются республиканские и региональные издания. В частности государственные издания Казахстана – это национальные газеты такие как: «Казахстанская правда» - газета, которая является официальным печатным изданием Казахской Правительственной коммуникационной службы, «Егемен Казахстан» - газета, которая является официальным печатным изданием страны. «Kazakhstan Today», «The Astana Times» - эти англоязычные газеты, которые освещают новости и события в Казахстане для зарубежных читателей и др.

«Жас Алаш» и «Курсив» – эти издания, которые известны своим разнообразным представлением новостей, включая политику, экономику, культуру, общество и другие темы. Необходимо заметить, что США и Казахстан - это две разные страны с разными культурами, традициями и политическими системами, и, следовательно, их информационное пространство может быть значительно отличаться друг от друга. Особый и большой интерес в этом плане вызывает американский медиадискурс, на наш взгляд полностью обусловленный либеральным проектом общественно-политического устройства.

Следующая отличительная черта медиaprостранства любой страны – это отражение политических взглядов той или иной группировки, партии, сообщества. Медиальные издания могут быть разделены на консервативные, либеральные, нейтральные и другие типы в зависимости от тех политических взглядов, которых придерживается редакция издания. Как и в любой другой стране, политическая ориентация прессы в Казахстане может быть разнообразной и зависит от конкретных медиа

Таким образом, все три издания «NYT», «Жас Алаш», «Курсив» являются не просто ведущими изданиями двух стран, но и в значительной мере отражают стратификационные стратегии медиадискурса в целом и концептуальное пространство США и Казахстана подразделяемое на казахский и русскоязычный сегмент казахстанского медиадискурса.

Необходимо оговорить, что критериями сопоставления трех изданий являются следующие параметры:

- 1) общий главенствующий для издания общественно-политический проект, который отражается в соответствующей редакционной политике;
- 2) представленность концептов, выделенных нами на основе политологических и медиологических концепций, с тем замечанием, что медиадискурс Казахстана имеет свое проявление в двух языковых проявлениях.
- 3) сходные лингвокогнитивные стратегии концептуального воплощения базовых концептов (тематическая рубрикация, семантика лингвальных сетей).

4) каждое из изданий наиболее ярким образом выражает национальные риторические стереотипы в медиадискурсе.

Основная часть тематики материалов рассматриваемых газет освещает политические, социальные, культурные события. Темы, вокруг которых структурируется содержание газет, выявляются в названиях рубрик соотношение концептов тематическими рубриками далее будет показано в нескольких схемах (таблица 3).

Таблица 3 – Рубрикация материалов в исследуемых газетах

New York Times	“Жас Алаш”	“Курсив”
World	Безбен (Саясат, Экономика, Сараптама)	Власть и Бизнес
U.S.	Қоғам	Истории
Politics	Әлеумет	Инвестиции
N.Y.	Аймақ	Банкии финансы
Business		Ресурсы
Opinion	Руханият:	Недвижимость
Science	Тарих	Мнения
Health	Әдебиет	Безопасность
Sports	Спорт	Lifestyle
Arts		Business guide
Books		Реклама
Style		Специальные факты
Food		
Travel		
Magazine		
Real Estate		
Cooking		
The Athletic		
Wirecutter		

Поясним, что схематичная форма представления концептов через рубрикационные подразделения далее используется нами по единой схеме. Обобщения по ним приводятся ниже.

Выявленные нами концепты соотносятся с рубриками в американском, казахстанском медийном дискурсе, на наш взгляд, следующим образом: Концепт Power (рисунок 12).

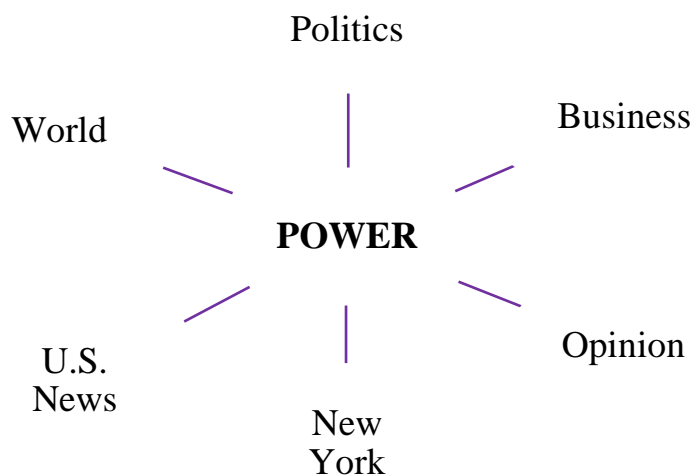


Рисунок 12 – Спецификация структурирования ключевого концепта «Power» в медийных текстах (“New York Times”), на материале тематических рубрик

Далее последовательно дана спецификация структурирования других концептов (рисунок 13).

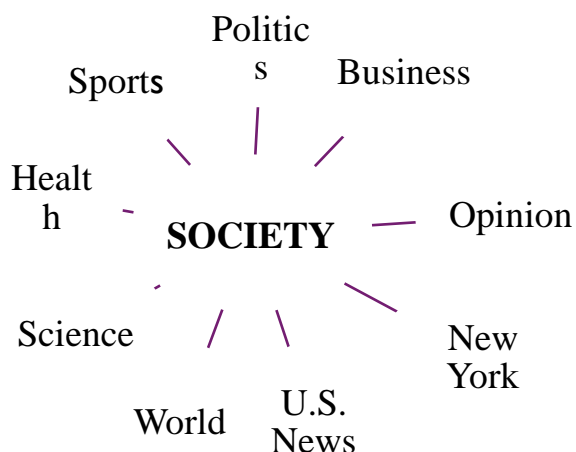


Рисунок 13- Спецификация структурирования ключевого концепта «Society» в медийных текстах (“New York Times”)

Следующая спецификация выглядит так (рисунок 14):

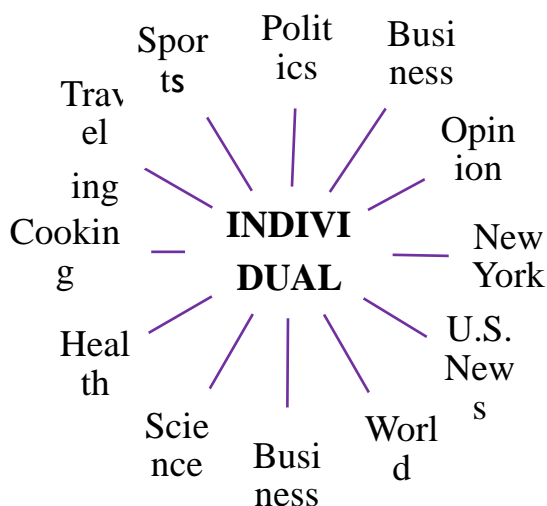


Рисунок14- Спецификация структурирования ключевого концепта «Individual» вмедийных текстах (“New York Times”)

Таким же образом выстроена спецификация следующего концепта (рисунок 15).

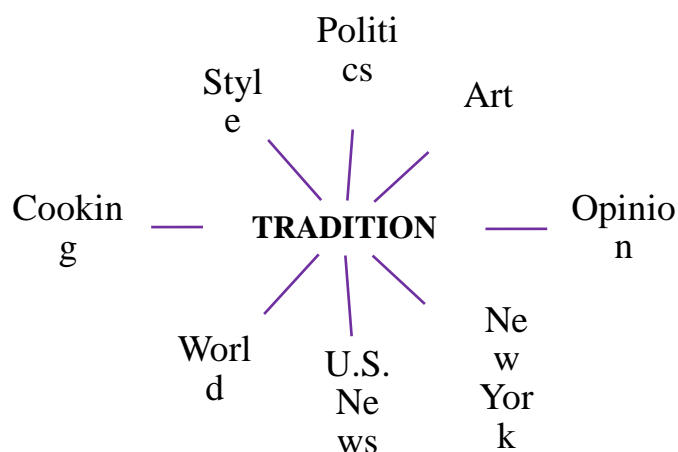


Рисунок15- Спецификация структурирования ключевого концепта «Tradition» вмедийных текстах (“New York Times”)

Аналогично выстроена данная спецификация (рисунок 16).

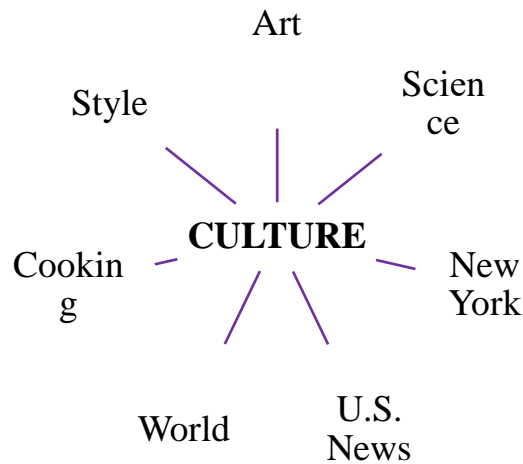


Рисунок16- Спецификация структурирования ключевого концепта «Culture» в медийных текстах (“New York Times”)

Приводится также следующая спецификация (рисунок 17).

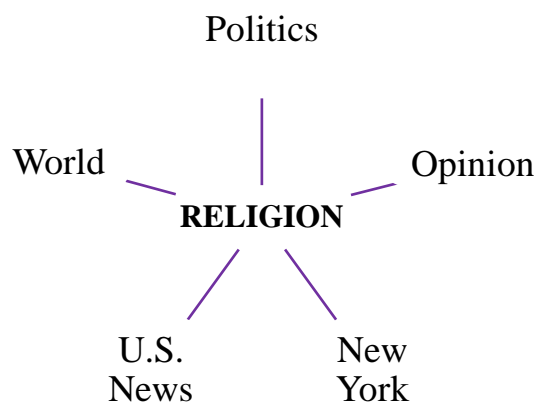


Рисунок17- Спецификация структурирования ключевого концепта «Religion» в медийных текстах (“New York Times”)

Эти схемы представляют соотношение и реализацию ключевых концептов в американской прессе, в рубриках газеты TheNewYorkTimes. Анализ показывает что концепты «society», «individual», «power» проявляются во всех рубриках газеты, в отличие от концепта «religion». Это доказывает, что картина американских средств массовой информации весьма многообразна, а приоритеты прессы отличается информативностью и подчинением общественному интересу. В первую очередь американский медиадискурс подчиняет себя общественному интересу, в котором свобода слова, а следовательно, свободное существование средств массовой информации является важным условием нормальной жизни общества.

Так же заметим, что отдельные концепты «culture», «tradition» соотносится с несколькими тематическими рубриками.

Так, очевидно выявление концепте Power в общественно важные рубрики: World, Opinion; в свою очередь концепт Society имеет разнонаправленные проявление, в котором нет очевидных приоритетов. Абсолютно лешен идеологического проявление концепт Tradition. Наконец, является любопытным, что концепт Culture не имеет четкой институализированной к чему-либо привязки.

В казахстанской прессе ключевые концепты «билік, қоғам, жеке тұлға, сал-дәстүр, дін, мәдениет» проявляются в следующем образом:

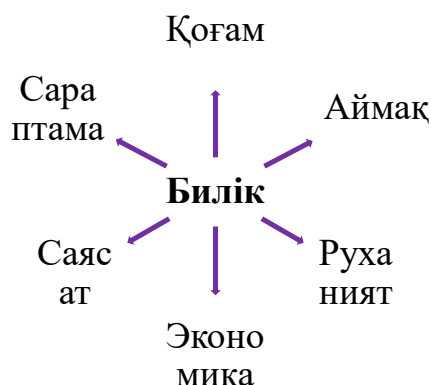


Рисунок18- Спецификация структурирования ключевого концепта «Билік» в медийных текстах (“Жас Алаш”) в тематических рубриках

Приводится также следующая спецификация (рисунок19).

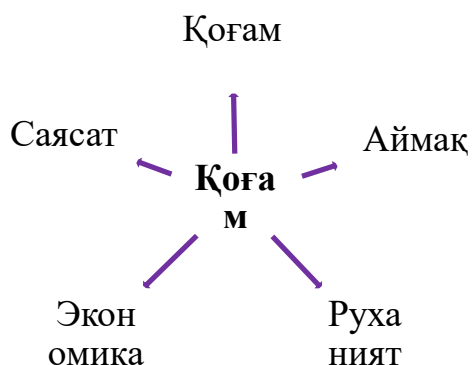


Рисунок19- Спецификация структурирования ключевого концепта «Қоғам» в медийных текстах (“Жас Алаш”) в тематических рубриках

Выявлена спецификация структурирования концепта Жеке тұлға (рисунок 20).

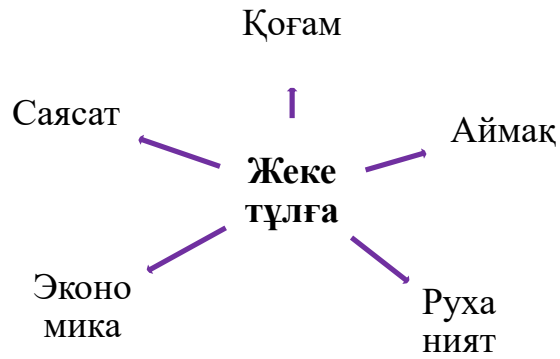


Рисунок20- Спецификация структурирования ключевого концепта «Жеке тұлға» в медийных текстах («Жас Алаш») в тематических рубриках

В свою очередь следующая спецификация выглядит так (рисунок 21):

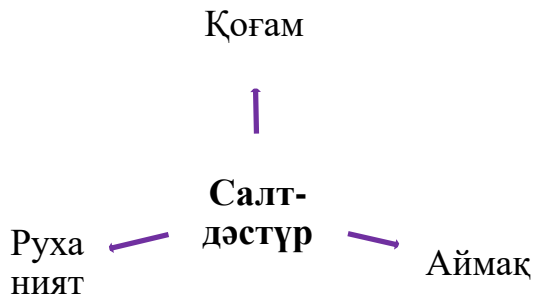


Рисунок21- Спецификация структурирования ключевого концепта «Салт-дәстүр» в медийных текстах («Жас Алаш») в тематических рубриках

Далее следует следующая спецификация (рисунок 22).

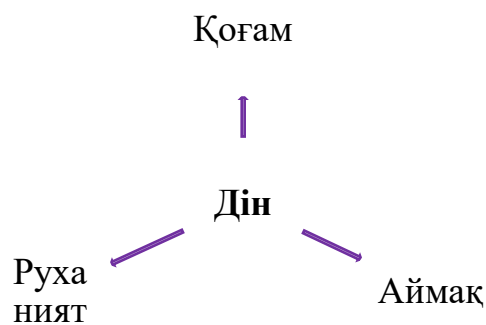


Рисунок22- Спецификация структурирования ключевого концепта «Дін» в медийных текстах («Жас Алаш») в тематических рубриках

В свою очередь следующая спецификация представлена так (рисунок 23)

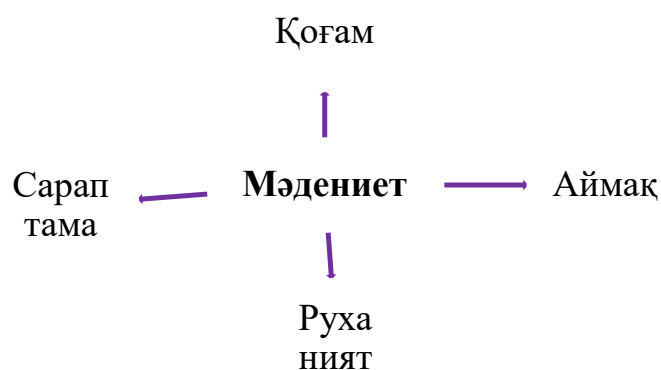


Рисунок23 - Спецификация структурирования ключевого концепта «Мәдениет» в медийных текстах («Жас Алаш») в тематических рубриках

Уже при первичном разборе очевидна в казахской газете “Жас Алаш” нередка усеченная и стандартизированная форма проявления концептов, когда “все является всем”, но ускользает сама суть концепта. Нельзя не заметить и обобщенность концепта Билік, при этом многие концепты представлены в одних и тех же рубриках.

В газете “Жас Алаш” концепты «Билік, Жеке тұлға, Қоғам» отражаются во всех тематических рубриках газеты, таких как: Экономика, Саясат, Қоғам, Әлеумет, Аймақ, Руханият. По отношению концептам «Салт-дәстүр, Дін, Мәдениет» зафиксировано редкое проявление в рубриках прессы: Қоғам, Аймақ, Руханият, так как на сегодняшний день историко-культурные темы мало публикуется общественно –политических изданиях.

Далее следует схемы по русскоязычному изданию Казахстана “Курсив”. Концепты «власть, личность, общество, традиция, религия, культура» проявляются в следующем образом (рисунок 24):

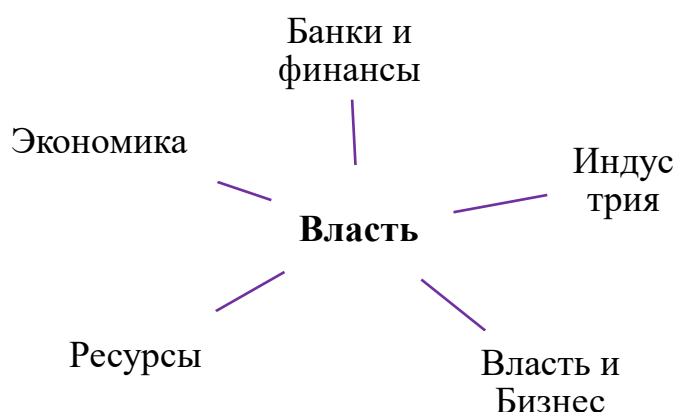


Рисунок24- Спецификация структурирования ключевого концепта «Власть» в медийных текстах (“Курсив”) в тематических рубриках

Приводим следующую спецификацию (рисунок 25):

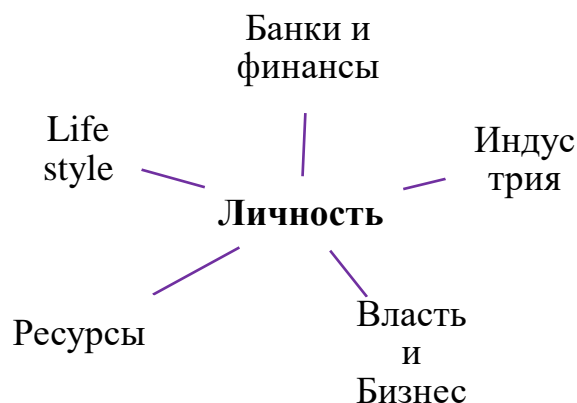


Рисунок 25- Спецификация структурирования ключевого концепта «Личность» в медийных текстах (“Курсив”) в тематических рубриках

Далее выявлена такая спецификация (рисунок 26):

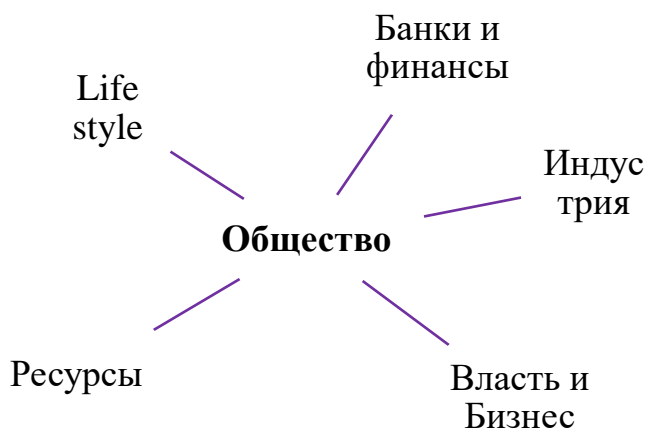


Рисунок 26- Спецификация структурирования ключевого концепта «Общество» в медийных текстах (“Курсив”) в тематических рубриках

Аналогичным образом выстроена данная последовательность (рисунок 27):

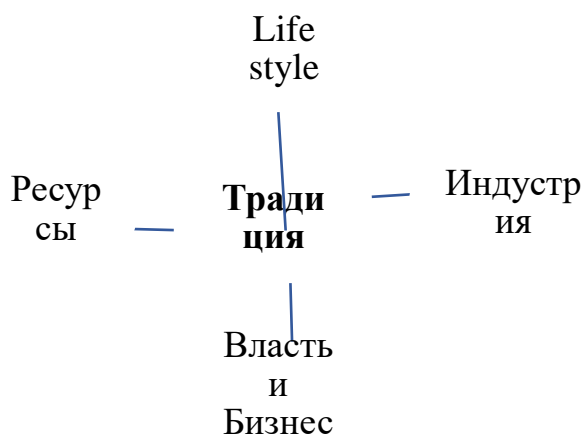


Рисунок 27 - Спецификация структурирования ключевого концепта «Традиция» в медийных текстах (“Курсив”) в тематических рубриках

Выявлена такая же спецификация (рисунок 28).

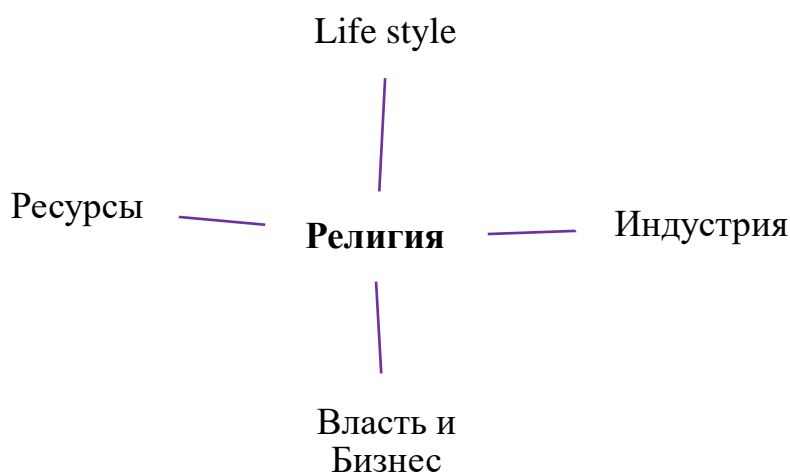


Рисунок28- Спецификация структурирования ключевого концепта «Религия» в медийных текстах (“Курсив”) в тематических рубриках

Приводится данная спецификация (рисунок 29):

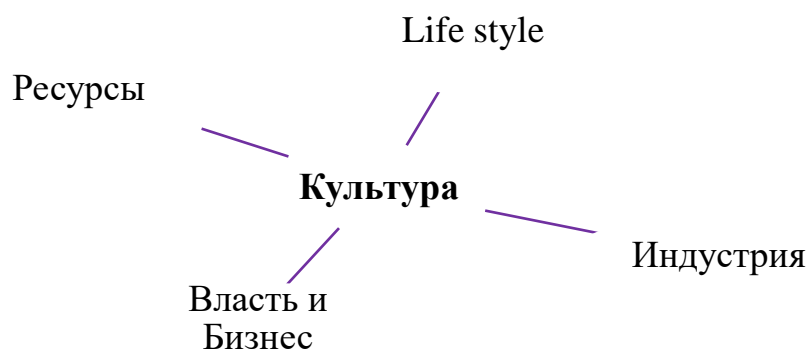


Рисунок29- Спецификация структурирования ключевого концепта «Культура» в медийных текстах (“Курсив”) в тематических рубриках

В русскоязычном издании Казахстана “Курсив” представленные концепты соотносятся с концептами казахской прессы “Жас Алаш”. Анализ показывает что концепты «Власть», «Личность», «Общество» проявляются во всех тематических рубриках издания: Власть и Бизнес, Банкии финансы, Ресурсы, Мнения, Lifestyle, Экономика, но своеобразно.

Концепт “Власть” проявляется в следующих рубриках Власть и Бизнес,Банки и финансы, Ресурсы, Индустрия и получает такое развернутое описание, например, статья “Блэкаут на горизонте” (“Курсив” 04.11.21.) относится к рубрике Власть и Бизнес. В статье упоминается роль государственных органов, таких как Министерство энергетики и системный оператор KEGOC, в планировании и регулировании энергетического сектора.

Статья “Тяжелый чистый лист” (“Курсив”15.09.22. С.Домнин)также относится к рубрике Власть и Бизнес, в статье обсуждается процесс внедрения реформы регулирования "с чистого листа" в Казахстане, а также роли правительственных структур в этом процессе. Тематика политики косвенно затрагивается в материалах газеты “Курсив”.

Концепты “Традиция”, “Религия” и “Культура” проявляются в таких тематических рубриках: Lifestyle, Индустрия, Ресурсы. Также проявляются через разнообразные статьи и материалы, которые касаются соответствующих аспектов жизни и культуры Казахстана такие как, обзоры выставок, концертов, театральных постановок, фильмы и других культурных событий. Например, “Казахстанские фильмы и сериалы будут выходить на Netflix” (“Курсив” 10.04.23. А.Шашкина). В данной статье сообщается о том, что казахстанские медиапроекты будут представлены на американской стриминговой платформе Netflix, что может принести определенные преимущества и возможности для казахстанской культуры и кинематографа. Представление казахстанских медиапроектов на платформе Netflix представляет собой большую возможность для продвижения казахстанской культуры на мировой арене.

Как отмечает медиаисследователь Ибраева Г.Ж.: «Медиапространство РК является главным коммуникатором между властью и обществом, и определяет эффективность политики государства, влияет на степень развития гражданского общества». От этого возникает что медиальное пространство тесно связано с властью [86, с.107].

Гиздатов Г.Г указывает, что “медиадискурс так же, как искусство или литература, проблематизирует соотношение языкового и культурного компонентов в массовом сознании...” А также автор определяя дальнейшего развитие дискурса-анализа отмечает, что “в перспективе необходим анализ как «горизонтальной» репрезентативности (на примере если не всех видов медиа, то хотя бы основных), так и обращение к «вертикальной репрезентативности» («высокие» и «низкие» тексты, паранаучные труды)”. Ученый отмечает «нельзя забывать, что как конкретный ресурс, который был непосредственно прожит, как часть объемного опыта, только советский опыт является тем плацдармом, от которого Казахстан отталкивается при выборе самоидентификационных ориентиров после обретения независимости». Здесь автор ссылается на теорию западного исследователя: «медиа – это не только нейтральные средства передачи информации, своей способностью к трансформации, своими перформативными, экспрессивными и символическими возможностями, своими конкретными формами проявления они сами участвуют в процессе выявления смысла. Более того, современные масс-медиа особенно интенсивно апеллируют к эмоциональной, аффективной стороне человека, участвуют, таким образом, в перестройке структуры восприятия и познания», так он дает оценку СМИ в современном обществе [87, с.55].

В современном казахстанском медиадискурсе идеально зафиксирована центральная черта всего постсоветского дискурса такие как, качества языка,

постсоветские социальные шаблоны языка и мысли. Как полагает Г.Г.Гиздатов, советская идентичность свойственна казахстанскому медиальному пространству. Можно перечислить наиболее частотные темы казахского медиадискурса: исторические материалы, статьи о батырах, акынах и национальных традициях [87,с.61].

В качестве подтверждающих параметров укажем эти статьи : «Қайыс нокта» (ЖА 04\07.23, 3318 слов. Рубрика- Әдебиет); «Үркер ауып, түйелер маңып барады» (ЖА 06\07.23, 3362 слов – рубрика-Әдебиет)«Ұлы дала сайыпқырандары» (ЖА 03.08.23, 3326 слов, целая страница ,в рубрике – Тарих); «Кесік бас- тірі тұлып» хикаятын түрік тіліне аудару үлкен күш жігерді қажет етті- (ЖА 11\07.23 3206 слов, целая страница, рубрика – Әдебиет); По приведенным примерам можно заметить, что таким рубрикам в газете «Жас Алаш» выделена целая страница, очень большим объемом.

Как отмечает А.Байгожина о материалах казахской прессы:«Но, скажем прямо, излюбленный жанр казахской прессы - толгау - раздумья, размышления. Почти в каждом номере встречаешь обширный монолог - ученого, писателя, деятеля культуры и т. д. Пожалуй, в этой склонности к философствованию сказывается наша номадическая ментальность, но зачастую пространность рассуждений вкупе с их абстрактностью - не более чем риторика..., Отвлеченные рассуждения, неизбывная боль по поводу тех или иных фактов печальной действительности, воспоминания о прошлом - вот, к сожалению, весь арсенал их средств» [78,с.40].

В “Жас Алаш” регулярно появляются интересные и познавательные тексты, связанные с историческим наследием. «Ұлы дала сайыпқырандары» (ЖА 03.08.23, 3326 слов, целая страница, в рубрике – Тарих). В отличие от русских газет, которые часто не занимаются подобными публикациями, казахские издания выполняют важную роль в сохранении культурного наследия. Они ставят перед собой задачу донести до читателя ценные факты своей истории, которую мы сегодня во многом переосмысливаем. Однако, несмотря на эту охранную функцию, иногда такие тексты, публикуемые изданиями, кажутся слишком абстрактными и специфическими. Например, публикация исследований, «Кесік бас- тірі тұлып» хикаятын түрік тіліне аудару үлкен күш жігерді қажет етті- (ЖА 11\07.23 3206 слов, целая страница, рубрика – Әдебиет); которые могут вызывать вопросы с точки зрения их исторической достоверности, может не являться лучшим способом привлечения интереса широкой аудитории. Традиционная культура, которой придерживается казахская пресса, часто ориентирована на стереотипное структурирование духовной жизни. Но постоянное придерживание этого принципа на страницах газет может привести к рутине. Вместо того чтобы вносить новизну и освежение в представление о мире, издания могут сконцентрироваться на воспроизводстве и описании знакомого мира, что требует меньше усилий, чем освоение новых реалий и изменение взгляда на окружающий мир. С учетом того, что жизнь стремительно меняется, масс-медиа не должны ограничиваться просто информированием читателя. Они становятся ориентиром в реальном

мире, формируя тип носителя определенного сознания. Поэтому важно, чтобы газеты не только предоставляли информацию, но и служили инструментом формирования общественного сознания, транслируя новые способы общения, поведения и творчества.

С учетом выше сказанного теории и реальной медиапрактики при анализе концептуального пространства Казахстана, можно утверждать, что в медийном поле страны сложилась постсоветская идентичность. Политические, социальные и культурные границы всего казахстанского общества определяются тремя проектами, выступающими в роли интертекста. В официальном русскоязычном дискурсе полностью реализовался евразийский проект, пантюркистский близок к национал-патриотическому и популярен в казахском дискурсе, частично присутствует в политическом дискурсе либеральный проект, в основном фиксируемый в арт-дискурсе. Все указанные проекты — это одновременно константы и рамки, за пределы которых «носители» этих дискурсов предпочитают не выходить. Проекты стали теми «инструментами», которые отделяют одних («нас») от других («чужих») [87, с. 128].

Пресса не просто занимает важное место в культурной и политической жизни страны, оно одновременно помогает человеку ориентироваться и дезориентироваться в окружающей действительности.

Неотъемлемой частью газетных публикаций является заголовок. Газетные заголовки написаны сжатым и лаконичным языком. Но так как газеты нацелены чаще всего на широкий круг читателей, любой газетный заголовок должен легко восприниматься и читаться без затруднений. В то же время газетный заголовок должен быть достаточно выразительным, чтобы привлечь внимание читателя [89, с.56].

Основные критерии для оценки заголовков статей - информативность и соответствие их содержанию. Важно, чтобы заголовок точно отражал суть статьи. Анализ показывает, что современные газетные заголовки предоставляют уникальную возможность изучения современного языка. Тем не менее, не все заголовки достаточно точно передают содержание материала, и большинство авторов статей не всегда соблюдают требования к составлению заголовков в публицистике.

Американская пресса стала более явно, чем когда-либо в прошлом, добиваться повышения своей роли как идеологического оружия, ориентируясь на возрастающий интерес американцев к тому, что происходит в их стране и за ее пределами, стремясь увеличить свой политический престиж в глазах массового читателя.

Заголовки в NYT, которые, по свидетельству журналистов, являются редакционными, очень стилистические тонкие. Богатый синтаксис и обширный набор аллюзий характеризует NYT. Например, *The Gunners Who Came Home Damaged Their Own Weapons Rattled Their Brains, but the Pentagon Was Silent* (Dave Philipps, NYT, 5.11.23); *U.S. Is Urging Israel to Limit Gaza Fatalities Ally Is Advised on How To Spare Civilians* (Adam Entous, Eric Schmitt and Julian E. Barnes,

NYT, 5.11.23); *Spike of violence threatens stasis in the west bank territory is on edge* (Jeffrey Gettleman, Rami Nazzal and Adam Sella, NYT, 5.11.23); *College Budgets Question Value Of Humanities.*(Anemona Hartocollis, NYT, 5.11.23); *Two Liberals' Painful Debate On Mideast, Race and Power* By (Jennifer medina, NYT, 5.11.23). Читатели газет NYT получают значительную часть информации о том, что происходит в мире именно из заголовков. Цель заголовка качественной газеты состоит в том, чтобы сжато передать новую информацию, не развлекая, не интригуя, а объясняя, констатируя или прогнозируя сложившуюся ситуацию. Заголовки редакционных статей NYT точные и ясные, сразу понятны и ценны читателям, также охватывают общественные, политические или культурные вопросы.

Так же редакционные статьи газеты NYT включают в себя разносторонние темы. Например, *Inquiry widens as f.b.i. seizes Adams's phones '21 campaign scrutiny* (William K. Rashbaum, Dana Rubinstein and Michael Rothfeld. NYT, 11.11.23); *Democrats See Narrower Path To Keep Senate. Manchin's Exit Leave.No Margin for Error.* (Michael C. Bender and ShaneGoldmacher. NYT, 11.11.23); *Gaza's hospitals bear the brunt as battles rage. Largest complex hit. Israel Is 'Closing In' on a Haven It says Hamas Uses as a Hideout* (Thomas Fuller, Aaron Boxerman, Malachy Browne and Neil Collier NYT, 11.11.23); *At College, Debating When Speech Goes Too Far. Administrators Aim to Cool Disagreements on Gaza Conflict* (Anemona Hartocollis and Stephanie Saulny, 11.11.23); *South Korea Targets 'Fake News', But Journalists Fear Censorship.* (by Choe Sang-hun. NYT, 11.11.23); *Desires, and Grumbles, in a Cache of 18th-Century Love Letters* (Jenny Gross. NYT, 11.11.23). Заголовки характеризуются рядом отличительных языковых особенностей. Эти редакционные статьи предоставляет аналитические обзоры и комментарии по поводу текущих событий в мире, в политике, экономике, обществе и других сферах.

В 1897 году Адольф С. Окс, владелец «The New York Times», создал знаменитый слоган "All the News That's Fit to Print", в переводе «Все новости, пригодные для печати», который до сих пор появляется на шапке газеты. Он написал этот лозунг как декларацию о намерении газеты освещать новости беспристрастно. Анализ дизайна газеты позволяет сделать вывод, что в целом газета имеет достаточно строгий вид. Главной особенностью интернет-версии, то оно перекликается соформлением печатной версии. Издатели сохраняют те же шрифты, придерживаются строгости в оформлении материалов, в текстах и заголовках используют только черный цвет.

Что касается газет «Жас Алаш» редакционные статьи включают в себе основном политические и экономические темы.

Заголовки газетных статьи: *Аюпов тўтылды, ал Эбдірахымов... Құттықтайды!?*(ЖА 26.05.23); *Көлгінов енді қай көлге қонады?*(ЖА 15.06.23); *Айтарымды-айтайыншы!* (ЖА 08.02.23); *Әділбек-ау, қойсаңшы енді!* ?(ЖА 10.02.23); *Бай-бағландар "қақпанға" түсті*(ЖА 10.02.23); *Ұлытауга бардың ба?*(ЖА 02.11.23); *Кеншілердің зарын Бөлекпаев айттырмайды* (ЖА 02.11.23); *Мақташылар мұңы: Сатыбалды не зауыт салмайды, не субсидия бермейді*(ЖА

02.11.23); Байлардың салығына қызыққан Қуантыров «ауқатты» кедейлерге алаңдайды (ЖА 02.11.23); Инвестор ақталып әлек, халық апатан қорқады(ЖА 02.11.23); Детективке дейінгі жол (ЖА 02.11.23).

Во всех заголовках этих статьи можно заметить стремление прибегать к метафорическому оформлению заголовков. В поисках яркости и интриги в заголовках, авторы казахстанских изданий часто уходят в крайности, что приводит к появлению "дефектных" заголовков, не соответствующих содержанию. Если ранее газетные заголовки следовали определенному принципу, то сегодня, в условиях свободы слова и творческой вольности журналистов, стремящихся привлечь внимание читателей, акцент с "соответствия содержанию" иногда смещается. Однако подчеркивается, что результаты таких "маневров" не всегда оправдывают ожидания. Читатель, часто освещающий газеты поверхностно, решает, что читать, основываясь на заголовках. Несоответствие обещанного в заголовке и фактического содержания может вызвать разочарование и отторжение не только конкретного автора, но и всего издания.

Таким образом, можно выявить стратификацию информационного пространства как на формальном, так и на содержательном уровнях. Если на формальном уровне стратификация универсальна, но отличается количественными показателями, то на содержательном уровне все строится иначе. Стратификация на тематическом уровне в медиадискурсе США отражает многообразие и общественный характер осмысления базовых концептов. В свою очередь в медиадискурсе Казахстана мы видим усеченный вариант предподнесения и осмысления концептов.

Проведенное исследование позволяет получить представление о стратификационных центрах информационного пространства, создаваемого американскими и казахскими и русскоязычными газетными изданиями. Для упорядочивания информационного потока статьи по темам используется инструмент, известный как тематическая карта. Тематическая карта формируется путем применения контент-анализа к заголовкам статей. Хотя использование количественного подсчета является формализованным методом, визуализация тематической карты на основе заголовков вполне обоснована. Ключевые слова в заголовках не выбираются случайным образом, и благодаря семантическому полю лексем и их отношению к определенной теме мы можем составить тематическую карту и проанализировать ее с использованием качественных методов.

В свою очередь иерархическая организация концептуального пространства медиадискурса выявляется в идеологическом наполнении, выявленном через анализ и сопоставление рубрик.

2.2 Спецификация структурирования концептов медийных текстов на материале изданий “The New York Times”, “Жас Алаш”, “Курсив”

В данном параграфе рассматривается проблемы упорядочивания (структурирования) ключевых концептов медиальных текстов. Для структурирования концептов нами использовалась модель многоуровневой концептуальной сети по методике С.А.Жаботинской [90].

Современная когнитивная лингвистика включает различные направления исследований с разной степенью оригинальности и значимости. За последние десятилетия появились работы, которые свидетельствуют о двух различных исследовательских векторах: американских/западноевропейских и восточноевропейских исследованиях[91].

Как отмечает С.А.Жаботинская американские и западноевропейские лингвисты в основном занимаются разработкой методик лингвокогнитивного анализа и их применением к конкретным языковым и речевым явлениям. Они развивают различные лингвокогнитивные теории, которые дополняют друг друга: фреймовой семантики (Ч. Филлмор), когнитивной грамматики (Р. Ленекер), теории концептуальной метафоры (G.Lakoff, М. Джонсон, М. Тернер), и др., - многие из которых появились в результате полемики с генеративной теорией Н. Хомского относительно того, как языковые формы связаны со значением и с понятийной системой [92].

Лингвисты же Восточной Европы создали направление исследований, известное как (лингво)концептология, ставящее целью описание содержания концептов, в котором выводятся значения именуемых их языковых / речевых знаков. Концептология имела в качестве предтеч две взаимосвязанные традиции семантических исследований семасиологическую (идушую от формы знака к его значению или значениям) и ономазиологическую (идушую от значения концепта к именуемым его знакам). Необходимо привести теорию, которая выдвинул Ю.С. Степанов «Теория поля», выделяющая ядро и периферию в языковых единицах, внесшую вклад в развитие концептологии, "послойный" анализ концепта, выделяющий логический, оценочный и ассоциативный (метафорический) аспекты [93].

Однако "послойный" анализ концепта получил критику во многих современных исследованиях. В западной лингвистике концептуальный анализ означает методологию анализа концептов с помощью более общих и схематических концептов. В восточноевропейской лингвистике под концептуальным анализом понимается описание содержания самих концептов с использованием традиционных семантических методов.

Справедливости ради, укажем, что один из последователей когнитивного направления указал: "Именно по такому пути, думается, идут сегодня многочисленные концептологические исследования, которые занимаются «выискиванием» концепта, стоящего за теми или иными языковыми формами. Более того, даже («замыкая круг») ими ставится цель найти языковые средства вербализации этого же концепта (большей частью, надо понимать, те же самые языковые формы, на основе которых он и был выделен)» [94].

Об этом же в несколько ином ракурсе, обращая внимание на практическую результативность подобных работ, высказался И.Г.Милославский: «Сделанные в рамках этого направления наблюдения и обобщения относительно ментальности, которую якобы предопределяет «русскоязычность», вызвали немалый интерес не только в профессиональном сообществе. Однако фундированность этих исследований, а также возможность какого-либо деятельного использования их результатов пока остается под вопросом. Совершенно очевидна разнообразная неоднородность русскоговорящего общества, а, следовательно, любая извлеченная «из языка» характеристика не может быть приложима к любому русскоговорящему, а если характеризует какую-то часть русскоговорящих, то следует уяснить, какую же именно количественно и качественно» [95].

По ключевому замечанию Н.А.Автономовой, действительнодискурсный анализ, выявляет смены словоупотреблений, сдвиги значений, способы заимствований и передачу чужой речи, и позволяет «... некоторые важные и на первый взгляд не заметные способы отношения к себе, к своему прошлому и настоящему» [96].

В этом параграфе мы предлагаем уточнить концептологический анализ за счет актуального методологического аппарата, обозначаемого как «семантика лингвальных сетей» и интегрирующего многолетние наработки С.А.Жаботинской и подходы различных зарубежных школ когнитивной лингвистики. В зарубежных исследованиях применение методов когнитивной лингвистики в таком аспекте для анализа концептов (в том числе политических) пока что не получило широкого распространения. В существующих работах, относимых к области критического анализа дискурса, в фокусе внимания чаще всего пребывают метафорические дескрипции, для исследования которых применяется аппарат теории концептуальной метафоры и теории концептуальной интеграции. Данная теория продолжает и развивает методику анализа структурирования информационного пространства представленную в первом параграфе данной главы.

Методика «семантики лингвальных сетей» используется нами вслед за С.А.Жаботинской для структурирования информации о политических и медийных концептах. Концепт рассматривается с фокусировкой на одной из его составляющих. Понятийное пространство концепта структурируется матричной понятийной моделью, которая включает: домены (и субдомены) как его понятийные фокусы; парцеллы (и субпарцеллы) как понятийные фокусы доменов; тематические кванты как понятийные фокусы парцелл (субпарцелл). Тематические кванты обобщают значения конкретных текстовых дескрипций. Между доменами и парцеллами в их составе существует имплицитная связь, задаваемая базисными пропозициональными схемами. Количество описаний в тематических квантах, парцеллах и доменах определяет их фактуальную акцентированность.

В своих многих научных исследованиях С.А. Жаботинская применяет собственный методический инструментарий СЛС по разным тематикам.

Согласно лингвокогнитивной концепции "семантика лингвальных сетей", фрейм как способ структурирования информации может быть представлен в виде фрейма-сети или фрейма-матрицы. В фрейме-сети понятийные узлы и связи между ними являются явными, в то время как в фрейме-матрице только узлы эксплицированы, а связи между ними остаются неявными. Использование фрейма-матрицы может быть полезным для упорядочивания больших объемов информации, требующей обобщений.

Как в сети, так и в матрице информация, содержащаяся в узлах, может раскрываться вглубь, то есть становится более специфической. Это может приводить к многоуровневым структурам, таким как сети-в-сетях или матрицы-в-матрицах. Различные иерархически организованные концептуальные уровни могут определяться как концептуальное пространство (вся структурируемая информация), домены (понятийные узлы концептуального пространства), парцеллы (понятийные узлы домена) и информационные кванты (понятийные узлы парцеллы, обобщающие информацию, представленную в конкретных дескрипциях) [97].

В настоящее время наблюдается рост научных работ по политической лингвоконцептологии как междисциплинарной парадигмы, объединяющей исследования украинских ученых и представители из других стран. В русле этой тематики были выполнены ряд работ, в которых лингвокогнитивный анализ концептов преследует реальные политологические цели. Например, был проведен анализ концептов "Европа" и "Война" [91, с. 119]. Кроме того, в украинской лингвистике учениками С.А. Жаботинской были проведены исследования, в которых для более глубокого понимания политических нарративных концептов в их фактических и ценностных аспектах использовались методики фреймового моделирования и аксиологического шкалирования. В работах Н.А.Чабан [98] и Г.В.Вальчук [99], представлены концепты "Суверенная Украина" и "Евроинтеграция", анализ которых выполнен по данной схеме. Однако методики фреймового моделирования и аксиологического шкалирования требуют дальнейшего приложения их развития на новом материале, чтобы сделать их более четкими, универсальными и гибкими для лингвокогнитивных исследований. В этом контексте они совместимы с методологией анализа политических нарративов, применяемой в исследованиях американских и европейских исследователей.

В нашем исследовании применяются методологические инструменты и алгоритм процедуры СЛС.

В данном исследовании делается попытка предложить такие инструменты, применимые для когнитивно-лингвистического анализа ключевых концептов «*power, society, individual, tradition, culture, religion; билік, қоғам, жеке тұлға, салт-дәстүр, мәдениет, дін; власть, общество, личность, традиция, культура, религия*» на трех языках, представленных в медиатекстах. Эти концепты играют важную роль в современном политическом и медиа-ландшафте их исследование имеет междисциплинарное значение. Мы рассматриваем эти концепты в лингвокогнитивном аспекте. С лингвистической точки зрения такие

исследования помогают понять, как различные концепты взаимодействуют друг с другом, а также как они работают вместе для создания смысла нарратива.

Моделирование информации осуществляется на различных концептуальных уровнях, связанных с конкретизацией информации, ее развертыванием «вглубь». Такими уровнями являются: концептуальная сфера (концептосфера) – всё моделируемое информационное пространство; домен – информационный фокус в пределах концептуальной сферы, её тематически целостная часть; парцелла – информационный фокус в пределах домена, его тематически целостная часть; концепт – отдельное понятие в составе парцеллы.

В целом спецификация медийных текстов играет важную роль в формировании общественного восприятия и понимания актуальных событий, проблем и тенденций. Медиальные тексты часто содержат множество ключевых концептов, которые помогают определить их тематику и содержание, а также проявляется наши ключевый концепты в разных рубриках.

В когнитивной лингвистике понятие концепта связано с понятием домена. Разъясняя суть понятия домен, Т. Клаузнер и У. Крофт отмечают, что концепты, хранимые в мышлении, не являются изолированными, атомарными единицами. Они могут быть поняты только в контексте структур фоновых знаний [100]. По определению Р. Ленекера, домены есть чисто когнитивные сущности, это ментальный опыт, репрезентационные пространства или концептуальные комплексы [101]. В любом случае домен представляет собой связную область концептуализации, относительно которой характеризуется семантическая единица.

Р.Ленекер представляет понятия уровней концептуальной организации. Это означает что, концепт создает потенциал для существования ряда более специфичных концептов, эти концепты, в свою очередь, создают домены, в пределах которых появляются другие концепты, и так бесконечно. Тем самым в ходе продолжительного развития нашего ментального опыта возникают различные по объему и степени сложности концептуальные иерархии.

В трактовке С. А. Жаботинской, концептуальная многоуровневая модель является структурой «сети-в-сетях»: весь концептуальный простор, концептуальная сфера является сетью доменов, каждый домен структурируется сетью парцелл; парцелла содержит синонимические и антонимические концепты, содержание каждого из которых структурируется сетью признаков(рисунок 31).

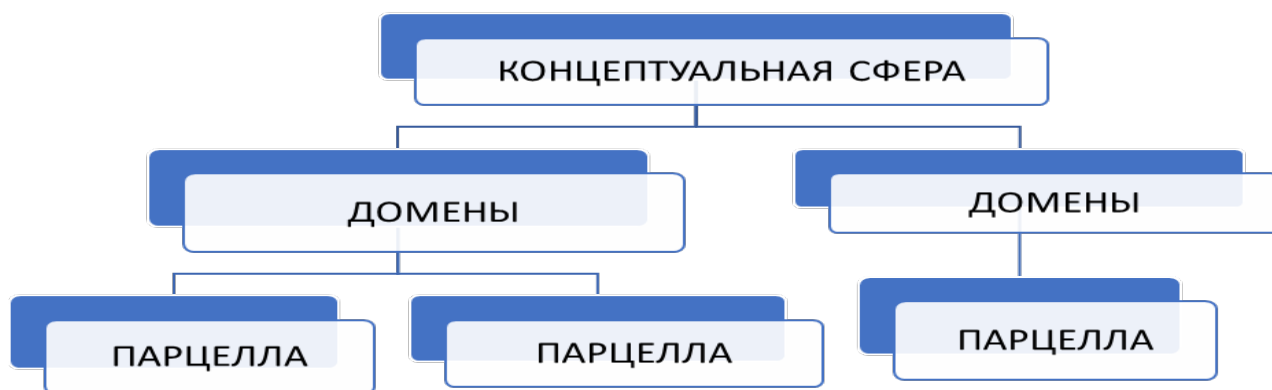


Рисунок 30 - Семантика лингвальных сетей, разработанная Жаботинской С.А.

На каждом из уровней сеть конституируется предложениями. При этом их качественный и количественный состав зависит от анализируемого содержания. В связи с методологической значимостью понятия «предложение» дадим его развернутое определение. Мы предлагаем процедуру структурирования базовых концептов, опираясь на положения СЛС методологический инструментарий для анализа статей, опубликованных в “The New York Times”, “ЖасАлаш”, “Курсив”.

В данном исследовании был использован корпус фактических данных, состоящий из 92 газетных статьи на английском языке, 96 – на казахском языке, 95 - на русском языке, отобранных методом сплошной выборки из интернет-ресурса и газет по тематическим рубрикам. Источники данных включали американские, казахские и русскоязычные статьи американской и казахстанской прессы, связанные с ключевыми концептами исследования.

Процедура обработки корпуса включала несколько этапов. Сначала были собраны статьи, затем проводилась тематическая стратификация этих понятий и построение онтологии концептов «*power* -власть- *қоғам*, *society* – общество-*үкімет*; *individual* – личность - *жеке тұлға*; *tradition* – традиция - *салт-дәстүр*; *culture*, - культура - *мәдениет*; *religion* – религия - *дін*» с использованием многоуровневой матрицы.

Фактический материал был разделен на две части: часть, где информация о концептах была целевой, и часть, где она была коррелятивной. В целевой части исследовались способы репрезентации информации о концептах с учетом применяя методологический аппарат когнитивной лингвистики, в частности СЛС, разработанной С.А.Жаботинской.

Следующие лингвокогнитивные аспекты медиатекстов относятся к исследованию языковых и когнитивных процессов, которые взаимодействуют в процессе производства, восприятия и интерпретации медиатекстов. Эти аспекты обращают наше внимание на то, как язык и когнитивные структуры влияют на формирование значения и понимание медиатекстов. Лингвокогнитивные аспекты медиатекстов относятся к исследованию взаимодействия языковых и когнитивных процессов в контексте медиа. Это включает анализ языковых и когнитивных механизмов, используемых в

создании, восприятии и интерпретации медиатекстов. Исследования в этой области позволяют понять, как язык и когнитивные процессы формируют содержание, организацию и эффекты медиатекстов. Например, лингвокогнитивный подход может раскрывать использование метафор, метонимий и других языковых средств для передачи определенных концептуальных образов и ассоциаций в медиатекстах. Он также может исследовать когнитивные модели, категоризацию, семантические поля и рамки, которые присутствуют в медиатекстах и влияют на их интерпретацию.

В лингвокогнитивной перспективе медиатексты рассматриваются как средства коммуникации, которые используют язык и различные когнитивные механизмы для передачи информации и создания определенного эффекта на аудиторию. Эти аспекты исследования медиатекстов помогают понять, как язык и когнитивные процессы влияют на формирование смысла, восприятие и интерпретацию текстов.

В качестве концептуальной сферы США выступают, в работе, домены (концеты) представлены в публикациях NYT разными парцеллами.

Концептуальные поля «Power», «Society», «Individual», имеют онтологическую структуру, в которую в качестве парцелл выступают: Government: Legislative bodies, Government: Executive bodies, US President, US Party, People: people, Youth: students.

В онтологической модели концептуального поля «Culture», «Religion» фигурируют следующие актаны – Culture, Religion, Artists, Works of Art, Cultural Institutions, Centers/Organizations of Science and Education, Religious Centers, Media Organizations, Religious Organizations.

Концептуальная структура этого поля имеет перечень своих оригинальных предикатов, статические и динамические предикаты имеют большую и меньшую количественную представленность в публикациях газеты “NYT”. Типовые парцеллы и признаки формируют онтологический образ стереотипного видения США.



Рисунок 31 - Концептуальная структура газеты “The New York Times”

Данный анализ дополняет то онтологическое соотношение, которое было ранее представлено в параграфе 2.1.

На последующих страницах данный анализ представлен в единой форме.

Семантика лингвальных сетей это область лингвистики, которая изучает организацию семантической информации в языке в виде сетей или сетевых структур. Семантические сети представляют собой совокупность понятий и их взаимосвязей. Домены в контексте лингвистики обозначают определенные области концептуальной семантики, в пределах которых определенные термины или конструкции языка могут использоваться. Например, домен "Power" может включать такие понятия, как "Government", "Parlament" и т. д. Парцеллы представляют собой части домена, которые обладают своими характерными особенностями или являются частными случаями более общего понятия в рамках данного домена. Например, в домене "Government" парцеллой может быть "Executive Bodies", "Legislative Bodies" и т.д. В теории семантических сетей актантами называются семантические роли, которые выступают в предложении или фразе. Это обычно субъект, объект, инструмент и т. д. В рамках семантических сетей актанты помогают определить семантическое значение предложения или фразы. Каждый концепт получает позитивную (+), негативную (-) или нейтральную (0) оценку.

Далее методика анализа, описанная в самом начале параграфа, едина. Семантика статических актантов может быть обобщена следующих атрибутивных концептах *Власть и Общество США* в медиатекстах в целом определяется посредством предиката:

Power \ власть

Government: legislative bodies \ правительство: законодательные органы resolute \ решительные [2] /+/ *While a wide range of gun control laws appear popular in polls, support may soften once details emerge and they're subjected to a robust political debate (NYT 24/03.18) ; /+ a signal to legislators that there is robust opposition even to laws that show strong public support in polls (NYT 24/03.20);*

concerned \ заботливые [1] /+/ *recent state legislative successes on gun restrictions for domestic abusers, including some in Republican-led states, and the recent passage of a law in Florida that allows judges to temporarily confiscate guns from people who are judged a threat (NYT 24/03.20);*

Government: executive bodies \ правительство: исполнительные органы self-assured \ самоуверенные [2] /-/ *But political consultants who have worked on ballot measures say that it can often be easy for opponents of gun laws to chip away at very strong initial public support for a given policy. That's a dynamic that is true of all ballot measures, where voters must be persuaded to overcome a normal bias in favor of the status quo (NYT 24/03.20).*

Observant \ внимательный [1] /-/ *country may be experiencing a "phase shift" on guns (NYT 24/03.20).*

President \ президент: Трамп

unpredictable \ непредсказуемый [2] /-/ *left the capital reeling and his advisers nervous about what comes next (NYT 24/03.20); /-/ Mr. Trump's shifting moods (NYT 24/03.20); not following the formalities \ несоблюдающий формальности [1] /+/ *Mr. Trump appeared heedless of his staff, unconcerned about Washington decorum, or the latest stock market dive (NYT 24/03. 20); convinced of**

his own rightness\убежденный в собственной правоте [2] /-/ *confident of his instincts*(NYT 24/03.18);-/ *He seemed determined to set the agenda himself, even if that agenda looked like a White House indisarray.* (NYT 24/03.18);

cruel\жестокий [1] /-/ *President Trump's proposal to arm schoolteachers has received more lukewarm support* (NYT 24/03.18)

партия: Democrats and Republicans**peaceful**\миролюбивые [1] /+/ *Background checks are popular among Democrats and Republicans, gun owners and those without guns*(NYT 24/03.18).

Следующий концепт **Society**\общество и его соответствующие узлы

People\ Народ: люди

insecure\неуверенные [6] /-/ *Americans in a poll whether they support universal background checks for gun purchases, huge majorities say yes.* (NYT 24/03.18) ; /+/ *Ask them for a specific vote for such a legal change, and that support drops off*(NYT 24/03.18): /-/ *In Washington State and Nevada, voters said yes. /+/ In Maine, they said no.* (NYT 24/03.18); /-/ *In survey after survey, background checks are the most popular gun control measure, with support frequently over 80 percent. A recent Quinnipiac poll, taken after the deadly shootings last month at Marjory Stoneman Douglas High in Parkland, Fla., had support at 97 percent. Background checks are popular among Democrats and Republicans, gun owners and those without guns*(NYT 24/03.18); /-/ *"It's getting them to think about what system they want"* (NYT 24/03.18); /- *ask people if they value controls on gun ownership or protection of gun rights, show a public that is much more closely divided.* " (NYT 24/03.18);

convinced \убежденные[3] /+/ *growing support for more restrictive laws on guns and assault weapons*(NYT 24/03.18); /+/ *public support for gun restrictions*(NYT 24/03.18); /- *The gun enthusiasts were talking to their friends and relatives and neighbors* (NYT 24/03.18); /- *they were very successful in bringing in people to their side"* (NYT 24/03.18);

confident\самоуверенные [2] /0/ *a group that favors stricter gun laws, thinks the energy imbalance is shifting*(NYT 24/03.18); /0/ *membership and Instagram follows have all risen since the Parkland shootings, a suggestion, he said, that members of the public who back Everytown's agenda are increasing the intensity of their support*(NYT 24/03.18);

intimidated\запуганные [2] /-/ *President Trump's proposal to arm schoolteachers has received more lukewarm support — with fewer than 45 percent of the public supporting it in two recent surveys*(NYT 24/02.20);

Youth : students \молодежь : студенты

patriots \патриоты [2] /+/ *the student-led activists who are marching in Washington and other cities this weekend to push for stronger gun laws.*(NYT 24/03.18); *recent grounds well of activism by young Americans*(NYT 24/03.18);

Семантически по контексту понятно, что проблемы управления в администрации Трампа характеризуются непредсказуемостью, импульсивностью и чувством боевой готовности на фоне различного внутреннего и внешнего давления.

Society \ общество

Migrants \ мигранты

vulnerable\уязвимые[3]-*About 3,500 migrant families in New York City shelters have received eviction notices.... Children will have to change schools or face long commutes. ...Many migrants described disillusionment after arriving with great hopes for their lives in New York (Shelter Evictions Will Damage Migrant Children, Schools Warn, Troy Closson and Liset Cruz , NYT 27/12.23); A mother, Luz Rodriguez, 35, said she watched shelter staff toss migrants' belongings into black trash bags and place them outside. She fears the same thing could happen to her family. Her son and one of his migrant classmates have built a friendship despite their language barrier, bonding over soccer games. ...Students who remain in their current school could also encounter fresh obstacles (Shelter Evictions Will Damage Migrant Children, Schools Warn,Troy Closson and Liset Cruz, NYT 27/12.23).*

В этих примерах, судя по выявленным актантам очевидно уязвимое положение мигрантов, которые сталкиваются с угрозой выселения, трудностями в образовании, разочарованием и стрессом, связанным с потерей жилья и невозможностью обеспечить стабильность для своих детей.

resistant\стойкие[4]+*But now, the city is forcing many of those families to reapply for shelter beds, threatening what educators say is a hard-fought and fragile stability for migrant children, many of whom endured upheaval and trauma on their journey to America;One father, Jose Gregorio Leal, 35, had kept his family's notice from his wife who has a heart condition;... Some migrant families left the shelter system in recent weeks, doubling up in apartments;...Many migrants described disillusionment after arriving with great hopes for their lives in New York;...Homeless students are entitled to school buses, but the city's yellow bus system is traditionally plagued by delays and right now has a shortage of several hundred drivers.(Shelter Evictions Will Damage Migrant Children, Schools Warn,Troy Closson and Liset Cruz,NYT 27/12.23).*

Сам контент журналистских приемов подтверждает в конкретике стойкость и упорство мигрантов, которые сталкиваются с трудностями и вызовами, но продолжают бороться и стремиться к лучшей жизни для себя и своих семей.

Local authority\местные власти tough\ жесткие[3]-*About 3,500 migrant families have received eviction notices that will go into effect starting in early January;...They will be required to leave their shelters and request a new placement if they have lived there longer than 60 days; ...The orders come as the influx from the southern border continues unabated and Mayor Eric Adams has sought to push people to leave the strained homeless shelter system more quickly; Mr. Adams has said he hopes to avoid having families sleep on the street;...But starting next month, families living in several emergency shelters are expected to pack up and leave to reapply for housing at the Roosevelt Hotel intake center in Midtown(Shelter Evictions Will Damage Migrant Children, Schools Warn, Troy Closson and Liset Cruz .NYT 27/12.23).Эти предложения являются примерами того, как муниципальная власть вводит жесткие политики.*

School leaders and social workers\Руководители школ и социальные работники *mind full*\заботливые[3]\+|At one Brooklyn school, teachers hugged some of their students goodbye for winter break, uncertain whether they would return in the New Year;... In Queens, a principal worried that children who had finally begun trusting school staff would again be thrown into turmoil;...As families began receiving eviction notices, school leaders and social workers called one city official after another, trying to find out what might unfold(Shelter Evictions Will Damage Migrant Children, Schools Warn, Troy Closson and Liset Cruz , NYT 27/12.23).

Таким образом 60 пропозиции 60% оцениваются позитивно, 30% - негативно и 10% - нейтрально. Полученные результаты свидетельствуют о сбалансированном соотношении положительных и отрицательных качеств присущих концептам медиадискурса США. Однако, распределение оценок по признакам не является равномерным. Чаще всего концепт Society описывается положительно, но практика President Trump характеризуется негативно, с нейтральной оценки преобладает практика President Biden. Примеры ясны по той семантике, которая выявлена в актантах.

В контексте концепта "culture и tradition", семантические сети могут включать в себя различные аспекты культуры и традиций, такие как language, religion, customs, rituals, art, literature и т. д. Эти элементы могут быть связаны между собой различными способами, образуя сложные сети значений.

Домены в анализе концепта "culture и tradition" могут включать различные области культурной практики и традиций, такие как кулинария, музыка, танец, одежда, архитектура и т. д. Каждый из этих доменов может иметь свои уникальные особенности и связанные с ними понятия. Парцеллы в этом контексте могут представлять конкретные аспекты культуры или традиции внутри определенного домена. Например, в домене "culture" парцеллой может быть "national clothes", в то время как в домене "music" парцеллой может быть "folk melodies" и т.д. Актантами в анализе концепта "culture and tradition" могут быть семантические роли, которые выступают в контексте выражения этого концепта. Примеры представлены ниже.

Culture\культура

Various creative fields **Fashion** \Art.

innovative\новаторский At least 1,100 species of land snails are known to be endangered, so it's only natural that the fashion companies celebrating snails in their designs are usually those that limit waste or rely upon recycled materials (Ella Riley-Adams, Slowly and Steadily, Snails Have Overtaken the Runway NYT 08/11.23). *eclectic*\эkleктичный Two years ago, the jewelry designer Brent Neale Winston, 43, created a gold signet ring adorned with a snail and the words 'Keep Trucking,' informed by a Grateful Dead song.

edgy style\резкий стиль In September, at Prada's spring 2024 women's show, models walked between translucent curtains of pink slime that dripped from the ceiling and pooled on the floor (Slowly and Steadily, Snails Have Overtaken the Runway NYT 08/11.23)...Above all, though, it evoked the secretions of a snail, an animal that has recently been crawling into the realms of design and fashion (Slowly

and Steadily, Snails Have Overtaken the Runway. NYT 08/11.23). The British label Story Mfg. sells crocheted, snail-encircled hats made with organic cotton yarn and plant-based dyes.

avant-garde\ *Models walked between translucent curtains of pink slime that dripped from the ceiling and pooled on the floor.*

timeless\ *Doodles of knights jousting with the creatures are common in the margins of medieval books.*

luxurious\ *Snail pendants followed, their shells sprinkled with diamonds or sapphires (Slowly and Steadily, Snails Have Overtaken the Runway NYT 08/11.23).*

creative **креативный** *Online Ceramics, the company known for its small runs of psychedelic T-shirts, collaborated with the North Face to produce a recycled nylon rain jacket printed with a smiling snail.....For her solo show at New York's Deli gallery in September, the London artist Anousha Payne, 32, arranged maroon ceramic mollusks in a spiral on one wall....In 2020, the artist duo AleiaMurawski, 34, and Sam Copeland, 37, released a book, "Snail World: Life in the Slimelight," showing their "cast of eight adult snails" in an array of everyday and fantastical settings. Recently, their pets have starred in ads for Burberry (waiting for the subway with a tiny pink handbag) and DoorDash (picking up a food delivery) sapphires (Slowly and Steadily, Snails Have Overtaken the Runway NYT 08/11.23).*

В статье, судя по нескольким предикатам, обсуждается несколько тем, медленный образ жизни и осознанность бытия, экологическое сознание, креативность и вдохновение связанных с культурным увлечением улитками и их интеграцией в различные творческие области, особенно в моду и искусство.

Концепт "religion" в семантическую сеть может включать в себя различные понятия, такие как "worship", "faith", "prayer", "sacred texts", "theology" и т. д. Эти понятия будут взаимосвязаны и могут формировать комплексную семантическую сеть вокруг концепта "religion". Домены в анализе концепта "religion" могут включать такие области, как "Christianity", "Islam" и другие религиозные традиции. Каждый домен будет иметь свои уникальные особенности и характеристики. Внутри домена "religion" могут быть различные парцеллы, относящиеся к конкретным аспектам вероисповедания, таким как "rituals", "symbolism", "doctrines", "sacred places" и т. д. Актанты помогают определить семантическое значение конкретных высказываний о религии. Ниже представлены примеры по концепту Religion

Religious organisations

the decline in religiosity \ *упадок религиозности* [5] \ 0 \ *The decline in religiosity is a global phenomenon....Americans are also drifting away from religion, especially organized religion....The declining importance placed on having children may also be global, judging from falling birth rates....The simultaneous descent of religion and ascent of money as values in the Journal survey could leave the impression that religion and capitalism have nothing to do with each another....People with and without bachelor's degrees have roughly similar views on patriotism, having children, and community involvement. At the same time, people without bachelor's degrees are seven percentage points more likely to call religion a very important*

value and eight percentage points more likely to say the same about money (Money Is Up. Patriotism and Religion Are Down. NYT 29.03.23.) the political divide on patriotism and religion\политический раскол в отношении патриотизма и религии[5] \0\ Clearly, though, Americans perceive them differently. Republicans are far more likely than Democrats to place importance on patriotism, while Democrats are substantially more likely than Republicans to place importance on community involvement...By Haidt’s reckoning, conservatives are patriotic because they prize loyalty, while many liberals view love of one’s nation as narrow and particularistic.....Liberals weren’t always so ambivalent about patriotism: In 1998, according to the data Zitner shared with me, 63 percent of Democrats considered patriotism a very important value, while 80 percent of Republicans felt so (Money Is Up. Patriotism and Religion Are Down. NYT29.03.23.). the impact of social media\Влияние социальных сетей[3] \0\ Rhonda Vonshay Sharpe, the founder and president of the Women’s Institute for Science, Equity and Race, told me that social media is focusing attention on longstanding gaps in wealth, making people more sensitive to issues of money (Money Is Up. Patriotism and Religion Are Down. NYT29.03.23.).....Everybody’s life looks fabulous through the social media filters,” she said....The simultaneous descent of religion and ascent of money as values in the Journal survey could leave the impression that religion and capitalism have nothing to do with each another(Money Is Up. Patriotism and Religion Are Down. NYT29.03.23).

Статья затрагивает сложные социальные проблемы, связанные с религией, политикой, экономикой и образованием, подчеркивая развивающуюся природу ценностей в современном американском обществе. Таким образом, из 50 пропозиций 90% оцениваются нейтрально и 10% позитивно.

Таблица 4 - Проявление семантики лингвальных сетей на материале американского медиадискурса (NYT)

Концепт	Домены	Парцеллы	Характеристика		
			положительная (+)	отрицательная (-)	нейтральная (0)
1	2	3	4	5	6
Power\ власть	Government: legislatures	decisive\ решительный	+		
		careful\ заботливые	+		
	Government: executive bodies	self -confident\ самоуверенные			0
		observant\ исполнительные	+		
	US President, президент: Трамп	tough\ жестокий [-	
	President: Biden	supportive \поддерживающий	+		
	US Party	peaceful\ миролюбивые	+		
People\ Народ: люди	Insecure\ неуверенные		-		

		convinced\ убежденные			
		self-confident \самоуверенные		-	0
		terrified\ запуганные		-	
		patriots\патриоты	+		
Society \ обществ о	Migrants \ мигранты	vulnerable\уязвимые		-	
		resistant\стойкие			0
	Local authority\ местные власти	tough\ жесткие		-	
	School leaders and social workers\ Руководители школ и социальные работники	mindful\заботливые	+		
Culture	Fashion (artists and designers	innovative\ новаторский			0
		eclectic\ эклектичный			0
		edgy style\ резкий стиль			0
		avant-garde style\ авангардный стиль			0
		Creative\креативный			0
Religion	religious organisations\ religious institutions	the decline in religiosity\ уменьшающаяся			0
		the political divide on patriotism and religion\ раскольный			0
		the impact of social media\ влиятельный			0

Приведенные данные позволяют сделать следующие выводы по медиадискурсу США:

– большинство (60%) публикаций оцениваются как позитивные, что указывает на оптимистичное отношение или поддержку к рассматриваемым концептам. Однако, присутствует и значительное количество (30%) негативных оценок, что свидетельствует о наличии критики и проблем в рассматриваемых сферах.

Важно отметить, что оценки распределены неравномерно по различным концептам. Например, концепт Society чаще всего оценивается положительно, в то время как президент Трамп чаще всего характеризуется негативно, а президент Байден преимущественно получает нейтральные оценки.

Концепты *культура и традиции* играют значительную роль в медиадискурсе США, и анализируются через различные аспекты, такие как язык, религия, обычаи, искусство и другие. Подход к анализу культуры и традиций предполагает рассмотрение различных доменов, таких как кулинария, музыка, одежда и другие, а также конкретных аспектов внутри этих доменов. В

анализе концепта культура и традиция акцентируется на выявлении семантических ролей, которые выступают в контексте этого концепта. Это позволяет более глубоко понять различные аспекты культуры и традиций и их взаимосвязи.

Также это доказывает, что газета NYT придерживается высоких стандартов журналистики и часто выступает в роли ведущего источника новостей и анализа событий как национального, так и мирового масштаба. Это позволяет оказывать значительное влияние на общественное мнение и формировать общественную дискуссию по различным вопросам. В целом, медиадискурс в Америке отражает разнообразие мнений и оценок по различным концептам, при этом акцентируется на значимости культуры и традиций, а также на роли политических фигур в обществе.

Таким образом, онтологическая схема базовых концептов демонстрирует взаимосвязанность и ценностные приоритеты, которых внесены в исходный либеральный проект.

При обращении к концептуальной сфере издания “Жас Алаш” мы разработали следующую схему: (рисунок 33).



Рисунок 32 - Концептуальная структура по материалам газеты “Жас Алаш”

В качестве концептуальной сферы медиадискурса Казахстана выступают, в нашей работе, домены (концеты) представлены в публикациях “Жас Алаш” и “Курсив” разными актантами, концептуальными полями. Концептуальные поля «Үкімет», «Қоғам», «Жеке тұлға», имеют онтологическую модель, в которую в качестве актантов выступают: Үкімет: заң шығарушы органдар; атқарушы органдар; Қазақстан Президент; Республикалық партиялар; халық\адамдар; Жастар: студенттер т.б.

В онтологической модели концептуального поля «Мәдениет», «Дін» фигурируют следующие актанты – Мәдениет; Өнер қайраткерлері; Өнер туындылары; Мәдениет мекемелері; Ғылым және білім беру орталықтары/ұйымдары; Діни орталықтар; Діни ұйымдар; Бұқаралық ақпарат құралдары.

Концептуальная структура этого поля имеет перечень своих оригинальных предикатов, статические и динамические предикаты имеют большую и меньшую количественную представленность в публикациях газеты “Жас

Алаш”. Типовые актанты и признаки формируют онтологический образ Казахстана.

Семантика статических актантов может быть обобщена следующих атрибутивных концептах: Қазақстан Үкіметі және Қоғам, в медиа текстах в целом определяется посредством предиката.

Схема анализа стандарта едина как и в первом случае, в анализе СЛС NҮТ.В контексте концепта "БИЛІК" возможными доменами могут быть области, связанные с понятием власти, влияния, управления и контроля. Это может включать политическую сферу, общественные отношения, экономические структуры и т.д. Парцеллами в домене "БИЛІК" могут быть различные аспекты власти, например, политическая власть, экономическая власть, социальная власть и т.д. Каждая из этих парцелл может иметь свои уникальные характеристики и особенности. В рамках концепции "БИЛІК" актантами могут быть различные субъекты и объекты власти. Например, субъектами могут быть правительство, политические лидеры, корпорации, а объектами - граждане, население, ресурсы и т.д. Также актантами могут быть различные инструменты и методы осуществления власти, такие как законы, политические решения, экономические механизмы и т.д.

Билік \ президент

Қамқор[2]+\ Мемлекет басшысы Қ. Тоқаев биыл 11 қаңтарда мәжіліс отырысында сөйлеген сөзінде халықтың жұмыспен қамтылуы, табысының төмендігі проблемаларына тоқталып, үкіметке Халықтың табысын арттыру бағдарламасын әзірлеуді тапсырған болатын (Үкімет халықтың табысын арттырғалы отыр, ЖА 07\04 2022).

Үкімет \ атқарушы орган

Жауапты[2]+\ Ұлттық экономика министрі Әлібек Қуантыровтың айтуынша, осы тапсырманы орындау мақсатында министрлік мемлекеттік органдармен, Ұлттық кәсіпкерлер палатасымен және сарапшылық қауымдастықпен бірлесіп, кедейшілік пен жұмыссыздық деңгейі бойынша нақты жағдайға талдау жүргізіп, бағдарлама жобасын әзірледі (Үкімет халықтың табысын арттырғалы отыр, ЖА 07\04 2022).

Икемді және тиімді[5]+\ Сонымен қатар халық табысының құрылымында еңбек етуден түсетін кірістердің төмендеуі және әлеуметтік трансферттерден кірістердің өсуі байқалады. Халықтың еңбек етуден түсетін табысының үлесі соңғы 10 жылда 10,8 пайыздық тармаққа төмендеді. Өз кезегінде, әлеуметтік трансферттердің үлесі, керісінше, 10 пайыздық тармаққа өсті», – деді Ә. Қуантыров. Оның айтуынша, жүргізілген талдауды ескере отырып, халықтың табысын арттыру бағдарламасында ел дамуының негізі – жұмысшы жастар, халықтың әлеуметтік осал топтарының жекелеген санаттарын жұмысқа орналастырудың жаңа мүмкіндіктері, бюджет жұмыскерлеріне лайықты жалақы, еңбек кірісіндегі теңгерімсіздіктерді жою, ауыл шаруашылығында жұмыспен қамтуды арттыру, туризмдегі жұмыспен қамтуды арттыру, инфрақұрылымдық жобаларды іске асыру шеңберінде жаппай жұмыспен қамту, өңдеу өнеркәсібінде тиімді жұмыспен қамтуды дамытуды ынталандыру, халықтың

табысын арттыру факторы ретінде кәсіпкерлік кірістің өсуін ынталандыру, табыстың сатып алу қабілетін қорғау сынды бағыттар назарға алынып отыр (Үкімет халықтың табысын арттырғалы отыр, ЖА 07\04 2022).

мұқият және қамқор[5]\+ Еңбек табысының өсуін қамтамасыз ету үшін денсаулық сақтау, білім беру, мәдениет, ғылым салалары жұмыскерлерінің орташа жалақысы көтеріледі. Өндіріс кәсіпорындары жұмыскерлерінің табысындағы теңгерімсіздіктерді жою бойынша шаралар қабылданатын болады», – деді Ә. Қуантыров. Оның айтуынша, еңбек өнімділігін арттыру мақсатында өңдеу өнеркәсібі кәсіпорындарын жаңғыртуды ынталандыру бойынша шаралар іске асырылатын болады. Өндірістік дағдыларды дамыту бойынша бағдарламада «Өмір жолдамасы» кадрларды алдын ала даярлау жобасын өңірлік деңгейде іске асыру сияқты іс-шаралар көзделген. Одан кейін министр кең ауқымды жұмыспен қамтуды дамыту арқылы халықтың табысын арттыру бағытында 41 шара іске асырылатынын айтты (Үкімет халықтың табысын арттырғалы отыр, ЖА 07\04 2022).

белсенді жедел шешім қабылдайтын[2]\0 Халықтың табысын арттыру үшін 2025 жылға қарай мынадай 5 нысаналы индикаторға жоспарлы түрде қол жеткізуді қамтамасыз етеді: ЖІӨ-дегі еңбекақының үлесі – 34,5%, жалпы табыстағы еңбек қызметінен түскен табыстар үлесі – 76,2%, табысы ең төмен күнкөріс деңгейінен аз халықтың үлесі – 5,2%, жұмыссыздық деңгейі – 4,7%, бүкіл кезең ішінде барлығы 2 млн астам адамға жұмыс орындарын құру. (Үкімет халықтың табысын арттырғалы отыр, ЖА 07\04 2022).

В статье рассматривается взаимосвязь с экономическими и политическими стратегиями и программами Республики Казахстан, которые призваны способствовать повышению доходов и экономическому развитию населения.

Үкімет \заң шығарушы органдар

құқықты күшейту[4]\0 Яғни құқық үстемдігін күшейтуге, сот төрелігінің сапасын арттыруға және сотқа деген сенімді арттыруға бағытталған өзгерістердің барлығының артында адам құқығын қорғау жатыр.....Осы орайда айта кетсек, өткен 4 жыл ішінде елімізде адам құқығын қорғауды күшейтуге бағытталған 37 заң әзірленіпті. Оның – 30-ы бүгінгі күні толық қолданыста. Осы заңдардың арқасында көптеген өзгерістер орын алды....(Азаматтарымыздың құқығын қорғау деңгейі арта түсті ЖА.28.04.22).

Сот орындаушылары

тәуелсіз\әділ[4]\+ Атап айтқанда тараптардың татуласуы көбейді, судьялар шеберліктерін шыңдай түсті, соттар келушілер үшін ашық бола бастады, салада ашықтық пен жариялылық күшейе түсті. Соттардың тәуелсіздігі артып, оларды қаржыландырудың жаңа қағидаты енгізілді, сот төрағаларының билік ету өкілеттіктері азайды ... Санамалап айта берсек салаға серпін берген, қоғамдағы адам құқығының қорғалу деңгейін арттыра түскен өзгерістер жетерлік. Дегенмен бұл бағыттағы жұмыстар алдағы уақытта тіпті күшейтіле бермек...(Азаматтарымыздың құқығын қорғау деңгейі арта түсті ЖА.28.04.22).

Жоғарғы сот

қамқор\әділ[2]\+|Еліміздің Жоғарғы соты азаматтардың құқықтары мен бостандығын, заңды мүддесін күшейту мақсатында – 30-дан астам заң жобасының қабылдануына мұрындық болса, алдағы уақытта тағы бірнеше заң жобасы қаралу үстінде...(Азаматтарымыздың құқығын қорғау деңгейі арта түсті ЖА.28.04.22).

Парламент\Мәжіліс

адал\адамгершілігі мол[4] |+| сондай-ақ бүгін парламент мәжілісі мүгедектігі бар адамдардың өмір сүру сапасын жақсарту мәселелері туралы заң жобасын бірінші оқылымда мақұлдады. Бұл елімізде талай жылдан бері айтылып келе жатқан мәселе болатын. Мүмкіндігі шектеулі жандардың қоғамның көптеген игілігін басқалармен тең құқықта пайдалана алуы үлкен игілік. Және бойындағы қандай да бір өзгерісі үшін өзін өзгелерден төмен санайтындар аз емес. Солардың өгейсінбеуі үшін жасалып отырған бұл заң жобасы да қоғам сұранысынан туындап отырғаны анық (Азаматтарымыздың құқығын қорғау деңгейі арта түсті ЖА.28.04.22).

Адам құқығын жоғары бағалау[9] |+| Мәжіліс депутаты Елнұр Бейсенбаев «Жобада мүгедек адамдарға қатысты алалауға жол бермеу мақсатында бірқатар нормалар енгізіліп отыр. Оның ішінде, «мүгедек», «мүгедек бала», «Ұлы Отан соғысының мүгедегі» деген сөздер «мүгедектігі бар адам», «мүгедектігі бар бала» және «Ұлы Отан соғысы кезінде жаралануы, контузия алуы, зақымдануы және ауруы салдарынан мүгедектігі бар адам» деген сөздермен ауыстырылады» дейді. Яғни кемшілігін бетіне баспау басты мақсат деуге болады. Жалпы көптеген дамыған елдер бұрыннан мән беріп, адам құқығының тапталмауы үшін қолға алынған бұл шаралардың кеш те болса біздің елімізде көтерілуі қуантпай қоймайды. Кез келген адамның алдымен басқалармен тең құқықта адам баласы екеніне мән беріліп, кейін ауру-сырқаты жөнінде айтылуы еліміздегі мүмкіндігі шектеулі талай жанның көңілінен шығары анық. Сондай-ақ аталмыш заң жобасы аясында «соқыр», «саңырау», «мылқау» деген терминдерді де қолданбау туралы айтылған. Аталмыш сөздердің бұдан былай қолданыстан шығара отырып, қоғам мәдениеті де арттары сөзсіз. Адам құқығын қолдауға бағытталған мұндай заң жобаларының маңызы зор! қандай мәселелер қарастырылған(Азаматтарымыздың құқығын қорғау деңгейі арта түсті ЖА.28.04.22).

Основная тема данной статьи-защита прав человека. В целях повышения качества судебных председателей и защиты честности были осуществлены многочисленные изменения судебной системы в отношении защиты прав человека посредством реформ, отраженных в программных документах главы государства.

Үкімет: оқу-ағарту министрлігі

қамқорлыққа толы[7]\+| Биыл қыркүйек айынан бастап мектепке дейінгі білім беру мекемелеріндегі педагогтардың еңбекақысы 30 пайызға өсетіні туралы баяндалды. Жыл соңына дейін балабақшаларда 81 мың орын ашу

жоспарланып отыр. Сонымен қатар халықтың әлеуметтік осал топтарына жататын 98 мың бала тегін ыстық тамақпен қамтамасыз етіледі (ЖА 23\6.23. Тоқаев оқу-ағарту министрін қабылдады); Ғани Бейсембаев биыл 1 қыркүйектен бастап 1-4 сынып оқушылары толықтай тегін тамақпен қамтамасыз етілетінін айтты. Сондай-ақ білім беру ұйымдарын дабыл түймелерімен, лицензиясы бар күзетпен, турниктермен және жедел басқару орталықтарына қосылған бейнебақылау жүйелерімен жабдықтау жоспарланып отыр (ЖА 23\6.23); Ауыл мектептерін дамыту тұжырымдамасы таныстырылды. Биыл техникалық және кәсіптік білім алушы студенттердің 80 пайызы тегін оқиды. Қыркүйек айынан бастап олардың шәкіртақысы 50 пайызға, ал келесі жылы 100 пайызға артады. Кәсіпорындар колледж түлектерін міндетті түрде жұмысқа орналастыру шартымен мамандарды мақсатты даярлау ісіне алғаш рет атсалысып отыр (ЖА 23\6.23. Тоқаев оқу-ағарту министрін қабылдады).

Үкімет: заң шығарушы орган

жауапсыз[5]\- Министрді Шығыстағы Маралды ауылына қатысты проблема да толғандырмайтын сияқты. Маралдының дауы екі жыл бұрын басталып, әлі де бір шешімін таба алмай келеді (ЖА 26\7.23); Ешқандай да экологтар келіп, жердің жағдайын тексермеген, зауыттың табиғатқа қаншалықты зиян келтіретінін анықтамаған. «Қызыл кітапқа» енген қаншама өсімдіктің құрып, жойылып кететінінде де жұмыстары жоқ (ЖА 26\7.23); Ал президент Тоқаев антикордың басшысы Асхат Жұмағалиды қабылдап, есебін тыңдады. Білім саласындағы коррупциялық әрекеттер ашылған, Алматыдағы жер бөлу мен қала құрылысына қатысты жемқорлық анықталған, жарты жыл ішінде мыңға жуық коррупциялық қылмыс тіркеліп, 700-ден астам адамға айып тағылған, оның 98-і түрлі деңгейдегі басшылық қызметтегілер (ЖА 26\7.23);

батыл [2]\0 Таразының бір басында – елдің мұңы, туған жердің экологиясы, екінші басында – шенеуніктердің мүддесі. Жергілікті ел-жұрттың ауылдарының маңында алтын өндіретін зауыт салуға қарсы екенін елеместен, ол зауыт салына бастаған (ЖА 26\7.23) Сөйткен де, «ел-жұрттың пікірі тыңдалды» деген жалған қорытындыға сүйеніп, келісімін беріп қойған (ЖА 26\7.23); «Ақ жол» партиясының елдегі ірі мұнай-газ кендерін игеруге қатысты ӨБК (өнімді бөлу туралы келісім) шарттарын ашық жариялау туралы талабын Конституциялық сот қарастырудан бас тартты (ЖА 26\7.23);

Үкімет: атқарушы орган

правительство: исполнительные органы

мейірімді, қамқор[5]\+ Осы орайда атап өтсек, бұл жәрмеңке алдыңғы жәрмеңкеден өзгереді болып отыр. Өйткені бұл шараны елордалық Халықты жұмыспен қамту орталығы жұмыссыз азаматтарға, оның ішінде бас бостандығынан айыру орындарынан босатылған және пробация қызметінің есебінде тұрған адамдарға, сондай-ақ алимент бойынша қарызы бар адамдарға арнап өткізген (ЖА 16\05.23 Елордада кезекті еңбек жәрмеңкесі өтті); Жәрмеңкеге қатысқан жұмыссыз азаматтарға бос жұмыс орындары

жәнінде жұмыспен қамтудың белсенді шаралары бойынша ақпараттар берілді(ЖА 16\05.23);Жалпы жәрмеңкеге 8 мекеме қатысып, 127 бос жұмыс орнын ұсынып, шараға қатысушыларға бағыт-бағдар сілтеген. Жұмыс берушілер жолдар мен автокөлік жолдарын салу, құрылыс, ақпарат және байланыс, сауда, ет және құс еті өнімдерін өндіру, жиһаз жасау секілді салалар бойынша бос жұмыс орындарын ұсынған(ЖА 16\05.23 Елордада кезекті еңбек жәрмеңкесі өтті).

өздеріне сенімді [2]\0 Өткен аптада Досаевтың «жыры» жалғасты. Бұл жолы «отқа май құйған» қоғам белсендісі Аружан Дүйсебаева болды. Қала әкімінің Алатау ауданы тұрғындарымен болған кездесуіне «өтіп кеткен» белсенді қыз «57 мың алматылық сіздің кеткеніңізді қалап, петицияға қол қойды. Неге кетпейсіз?» деп, сұрағын төтесінен қойған. Сасатын Ерекең бе? «Мені тағайындаған президент. Кету-кетпеуімді сол біледі», «қызметіме де сол баға береді» деп, авторитарлы жүйеде өмір сүріп жатқанымызды есімізге салды (ЖА 01\08.23); Әкімнің сөзіне қарағанда, ол 57 мыңның бәрі «боттар» екен. Нағыз әкім! «Өзіңнің аузың қисық» деп қарап тұр. Бірақ не десін, енді? Әкімге мандат беретін халық емес, президент қой. Біз оны сайлаған жоқпыз, ол бізге ешқандай да уәде берген жоқ. Яғни Досаевтың жаңағы жауабын қарапайым тілге аударсақ, «менің не істеп, не қоятынымда жұмыстарың болмасын! Өйтетіндей кімсіңдер?!» дегені. Оның үстіне, алматылықтар шетінен «бот» екен. Елдің «боттағанына» көңіл бөліп, Досаевқа не көрініпті! (ЖА 01\08.23);

жауапсыз\уайымсыз [5]\- Ал Алматының іргесінде жатқан Бесағаш ауылының тұрғындары үнемдеуге су таппай отыр (ЖА 26\7.23);саясаттанушы Досым Сәтбаев былай дейді: «Қазақстанда «Барбидің» рөлін, әлі күнге сол жағалауда қызғылт түстегі қуыршақ әлемін жасап алған билік ойнап келеді. Сөйтеді де, кейде шын өмірден төтенше жағдай немесе наразылық сияқты кесек тас ұшып келсе, таңғалып, ренжіп жатады. Ал қоғам атом бомбасын жарған соң: «Біз бұдан былай өмірдің бұрынғыша қалмайтынын білгенбіз» деген Оппенгеймерге ұқсайды. Көпшіліктің де пікірі сол сияқты, қаңтар жарылысынан соң, Қазақстан бұрынғыша қалмайды және қалмауы тиіс деп санайды, әйтпесе, елде жаңа жарылыс орын алады». «Барбилерге» елдің, мемлекеттің болашағы бәрібір сияқты ма, қалай?(ЖА 26\7.23).

Әкімшілік: администрация

үстемшіл [2]\- Біздің емдеу орындарымыз аймақтағы ең жақсы оңалту орталықтарының бірі болса да, науқастарды жіберу үшін халық тіркелімі бар емханаларға, оның ішінде мемлекеттік емханаларға тәуелді болдық (ЖА 26\7.23); МӘМС қызметкерлерінің жұмысының нәтижелі болмағанына қарамастан, халықтың бұл жүйеге наразылығы бола тұра тоқсан сайынғы бонустарды алады. Қордың әкімшілік шығындары көбейіп, ал емханалар зардап шегуде, олар халыққа көрсетілген қызметтерді қаржыландырудан сызықтық шкала бойынша қысқартылады(ЖА 26\7.23);

жауапсыз\өзімшіл[2]\- Қаланың суына қосылмақшы жұрттың арасына іріткі салып, бірнеше жыл бойы айнытып та келеді. Пайдадан қағылғысы келмейді зой. Енді дүйім елдің ауызынан жырған суды бассейндерге сатып отыр (ЖА 26\7.23;. Алматы облысының әкімі Марат Сұлтанғазиевке бәрібір. Елдің суы бар ма, жоқ па. Ол миллиардер Тимур Турловпен бірге әуе шарларының «Мың бояулы аспан» атты фестивалінде сайран салып жүрді (ЖА 26\7.23);

Халық

тәуелді[2] \0 Біздің емдеу орындарымыз аймақтағы ең жақсы оңалту орталықтарының бірі болса да, науқастарды жіберу үшін халық тіркелімі бар емханаларға, оның ішінде мемлекеттік емханаларға тәуелді болдық. Оңалтуды қажет науқастарымыз бізге жолдама алу үшін сандалып, одан бөлек жолдаманы алу үшін үлкен дау-дамаймен әрең дегенде қол жеткізетін, бізде бос орын болса да, науқастардың келуі баяу сол себептен. Бұл науқастардың МӘМС жүйесі бойынша таңдау құқығын, мүмкіндіктерін шектейтін. Сол үшін біздің қызметті қажет ететін науқастарға арналған емхана ашуға шешім қабылдап, осы дүниеге қаражатты салдық.(ЖА 26\7.23); МӘМС қаражатты жыл басында барлығына бөліп тастамай, нақты әр науқастың дәрігерге қаралу фактісі бойынша, емделу диагнозы бойынша кеткен шығындарды өтеу бойынша науқастың өзі таңдаған емдеу орнына төленіп отыру қажет (ЖА 26\7.23.МӘМС-тің ащысы мен тұшысы – халық неге наразы?).

сенімсіз [1]\- Көбінесе емделушілер терапевтер мен жалпы тәжірибелі дәрігерлерге (врач общий практики) сенбейтін секілді. Яғни тек тар бейінді мамандарды іздеп келеді. Ал оларды табу оңай емес.(ЖА 26\7.23. МӘМС-тің ащысы мен тұшысы – халық неге наразы?)

қарапайым[6]\-Бұл науқастардың МӘМС жүйесі бойынша таңдау құқығын, мүмкіндіктерін шектейтін. (ЖА 26\7.23); белгілі бір маманның жоқтығы ем ашушыларды 10-12 күн күтуіне, ақырында әр жерден емхана немесе ақылы түрде ем іздеп кетуіне алып келеді. (ЖА 26\7.23); Өйткені науқастың өз құқығы кімге қаралып, қандай емдеу орындарын таңдап емделсе де, оның МӘМС жүйесіндегі қаражаты науқастың артынан еріп жүру керек. Алайда бізде жүйе олай емес болып тұр (ЖА 26\7.23);МӘМС қаражатты жыл басында барлығына бөліп тастамай, нақты әр науқастың дәрігерге қаралу фактісі бойынша, емделу диагнозы бойынша кеткен шығындарды өтеу бойынша науқастың өзі таңдаған емдеу орнына төленіп отыру қажет. Бұл орайда науқастар «Даму мед» қосымшасы арқылы өзінің емін, кеткен қаражатын көріп отырса, қосалқы емдеу шараларын жалған жазу (приписка) болмас ед (ЖА 26\7.23); Біздің шағын және орта бизнеске күнге шыққанан гөрі – көлеңкеде қала берген ыңғайлы сияқты зой(ЖА 26\7.23); Астананың интернеті Токиодан да жылдам. Оны айтқан цифрлық даму министрі Бағдат Мусин. Астанадағы интернет сапасы неге нашарлап кеткенін білмекші болған журналистерге берген жауабы осындай. Бәріне кінәлі баяғы халықтың өзі

көрінеді. «Үнемдеңдер, үйге келгенде Wi-Fi-ға қосылыңдар, трафикті су сияқты үнемдеу» керек дейді(ЖА 26\7.23);

төзімді[1]\+ Екі айдан асты, бұл ауылдың ауқымды бөлігінде су мүлдем жоқ, қалған бөлігі анда-санда берілген суды қолда бар ыдысқа толтырып алуға тырысады(ЖА 26\7.23);

Қоғам\Жастар

қайырымды жастар[2]\+ Соның біріне тоқталсақ, жуырда ғана Жамбыл облысында «Зағип оқырмандармен қарым-қатынас», «Зағип адамға түсті сипаттау», «Ерекше жандармен қарым-қатынас» тақырыптарында ерікті жастардың қатысуымен тәжірибелік тренингтер өткізілді. Іс-шараны Тараз қаласы әкімдігі ішкі саясат бөлімі мен Жамбыл облыстық көзі көрмейтін және әлсіз көретін азаматтар кітапханасында өткізілді. (ЖА 01\06.23. Ерікті жастардың қоғамға тигізер пайдасы);

отан сүйгіш[3]\+ Олай дейтініміз, өткен айда ғана Ұлы жеңістің 78 жылдығына байланысты Мақтаарал ауданы Жамбыл ауылдық округінде «Ер есімі – ел есінде» атты ескерткішінде тазалық жұмыстарын жүргізді. Одан бөлек ерікті жастар қарттардың да жағдайын ұмыт қалдырған жоқ. Яғни «Қамқорлық» акциясы бойынша Жамбыл ауылдық округінің жұмыспен қамту және әлеуметтік бағдарламалар бөлімі «Жастар ресурстық орталығы» КММ-нің ұйымдастыруымен қайырымдылық істер марафонын өткізді(ЖА 01\6.23);

қоршаған ортаға саналы[6]\+ Жамбылдық ерікті жастар облыстың көркеюіне, экологияның тазаруына да ерекше үлестерін қосып келеді. Мәселен, биыл «Бірге Таза Қазақстан» акциясы бойынша, Тараз қаласында көктемгі көгалдандыру мен тазалық жұмыстары жүргізілді (ЖА 01\6.23); Акция барысында Төле би, Тәуке хан көпірінен бастап Президент саябағына дейін шырша, қарағай, шынар сынды көпжылдық ағаштар отырғызылды. Ал Тараз өңірлік университеті, Шерхан Мұртаза атындағы Тараз инновациялық институтының студенттері мен ерікті жастар қала аумақтарын күл-қоқыстан тазартты. Көгалдандырудың нәтижесінде облыста 5 дана көк шырша, 7 дана жасыл шырша, 50 дана қырым қарағайы мен 120 дана шынар ағашы мен 6 туя ағашы отырғызылды (ЖА 01\06.23. Ерікті жастардың қоғамға тигізер пайдасы);

Ғылым және оқу-ағарту оралықтары \ұйымдары

салғырт[4]\- Қазақ елі орыс тілінен кіндігі ажырамай әлі отыр. Кейбіреулер баласын қазақ тілді мектептен ала қашып, орыс мектебіне берсе, ал билік аралас мектептерді біртіндеп қазақ тілді мектепке айналдыру орнына жаңадан ашылған мектептерді аралас мектеп жасауға барынша тырысуда. Айналып келгенде ана тіліміздің тынысы тарылып, барған сайын мәртебесі төмендеп барады.(ЖА 10\01.2); Осы орайда аралас мектептерді де орыс тілді білім беретін мектептер деп санауға болатындай. Сол есеппен қарасақ Астанада қазақ тілді 35 мектеп болса, 64-і орыс тілді балаларды тәрбиелеп шығуда. Ал Алматыда 73 қазақ тілді мектеп болса, 135-і орыс тілді

ұрпақ қалыптастыруда деп сеніммен айта аламыз. Салыстырмалы түрде қарасақ орыс тілді балаларды тәрбиелейтін мектептер саны қазақ тілді мектептерді екі орайды екен (ЖА 10\07.23); Егер биліктің ұлттық құндылықтарға келгенде бір бүйрегі бұрып тұрса мұндай келеңсіздік орын алмас еді (ЖА 10\07.23);

Ғылым мен Инновация

жаңашыл[3]\+ Медицина саласының жаңарып, оңтайлы жұмысы Отандық дәрігерлерге де өз кезегінде сәт сайын өзгеріп тұратын түрлі сырқаттармен небір вирустарға төтеп беру үшін үздіксіз оқып жетіліп отыру қажет деген талап та қойылады. Медицина саласына қатысты білім-білікпен тәжірибенің әр кезеңде жаңарып, дамып отыруы да оңтайлы жұмыс жасауға негіз болады (ЖА 21\02.23); Перфузиолог дәрігерлерге арналған «перфузия және жасанды қан айналым саласындағы инновациялар» тақырыбында семинар және шеберлік сағаты ұйымдастырылды (ЖА 21\02.23);

БАҚ ұйымдары\Организация СМИ

заман талабына сай[3]\+ Дүниетанымдық хабарлар ана тілінде дәріптелуде Еліміздің басты әрі қазақ тілінде ғана таза хабар тарататын Ұлттық «Қазақстан» телеарнасының абыройы мен беделі асқақ, әрине. Елім, жерім, ана тілім дейтін қазақтілді көрермен халық тарапынан өз орнын ойып тұрып алғандығында сөз жоқ. Талай қызықты елдік бағдарламаларды, небір көркем фильмдер, соның ішінде, ұлттық көркем кино туындыларымызды, деректі фильмдерімізді басқа да дүниетанымдық хабарларды дәріптеп, үлкенді-кішілі көрермендерді баурап, өзінің дәрежесін көтеріп келе жатқанын тұрақты көрермен ретінде мақтанышымен айта аламын (ЖА 17\01.23);

салғырт[4]\- Екі күн бойы Еуразиялық экономикалық одаққа кіретін елдер арасындағы келісімге сай «Жаңа болмыстағы цифрлық әріптестік» тақырыбында Digital Almaty бесінші форумы өтті. Аталған форумда күтпеген жағдай орын алды. Тағы түйткілді тілге әкеліп тірейміз ғой (ЖА 07\02.23); Алдымызда сөйлеп тұрған жеті адамның бесеуі – қазақ. Форумға келген азаматтардың 90 пайызы қазақ. Неліктен орысша сөйлеп отырсыздар? (ЖА 07\02.23); Ал кешегі диджитал форумда тағы қазақ тілі босағадан сығалап қалды. Жалпы халықаралық іс-шаралар қазақ және ағылшын тілдерінде өтуі керек қой. Ендеше, қазақ ұлтының басқа ұлт өкілдерін ассимиляциялаушы бола алмағанына қарапайым халық кінәлі емес. Билік болғызбады. Өкінішті. Ал біз қашанға дейін тілдің түйткілін сөз ете береді екенбіз? (ЖА 07\02.23)

Таким образом, из 107 пропозиций концептов Үкімет, Қоғам және Жеке тұлға 59% оцениваются позитивно, 21,5% - негативно и 19,5% - нейтрально. Самыми частотными отрицательно оцениваемыми являются домены әкімшілік, халық. Больше половины оценок концептов являются положительными. Полученные результаты свидетельствует о сбалансированном соотношении положительных, негативных и нейтральных характеристики присущих концептам Үкімет, Қоғам және Жеке тұлға.

Далее рассматриваем концепт **Мәдениет**.

Тарихи жәдігерлер, құнды[4] \ \ Ұлы далада ұлық жетістіктер салтанат құрған. Көшпелі тіршілігі мен отырықшы мәдениеті қатар қабысқан, экономикасы мен сауда-саттығы бірдей өркендеген, құрылыс архитектурасы мен абаттандыру саласы, мәдениеті мен ғылымы өзгеден озық тұратын қалалар мен қоныстар бой көтерді. Солардың бір шоғыры Талас атырабында орналасқан(ЖА 14\02.23); Ұлы өркениеттердің бастау бұлағы болған, тылсым құпиясы әлі толық ашыла қоймаған, толық зерттелмеген Ақыртас кешені, Құлан қаласы, құм арасындағы Ақкесене – бәрі осы өңірдің інжу-маржаны (ЖА 14\02.23);

Киіз үйдің киесі киелі [3] \ \ киіз үйдің аса бір қасиетті сүйегі болып саналатын заты- Шаңырақ. Қашанда шаңырақты қадір тұту – халқымыздың атадан балаға мирас саналатын бұлжымас салты (ЖА 21\02.23);

Егер зардап шегіп жатқан аймақтар болса, баспана ретінде әскери палаткалар немесе жеңіл шатырлар ды жіберген дұрыс. Киіз үйді шекара асырмайық, ол тек Қазақстанның кең байтақ даласына жарасымды (ЖА 21\02.23)

Өнер туындылары

жаңашыл[5] \ \ Жаңа сарындағы қойылым (өнер)Театрға көрермен бармайды деген бос әңгіме. Жақсы спектакль болса, театр таңдамайды қазір халық.

Оны осы аптада Ғабит Мүсірепов атындағы Қазақ мемлекеттік академиялық балалар мен жасөспірімдер театрында қойылған поэтикалық драмадан анық көрдік (ЖА 19\01.23);.

Кейіпкерлері кім болса да, әділдік жолында басын бәйгеге тіккен арыстардың бір тал оққа байланған ауыр тағдыры тұтастай өлеңмен өрілген. Өзегіне от түскендей күй кешсін көрермен.

Ауыр туынды, бірақ өзекті тақырып. Бұған дейін сахналанбаған саяси ойындардың там-тұмдап көркем шығармаға арқау болған алғашқы спектаклі деуге де болады(ЖА 19\01.23);

жандандыру[2] \ \ Тарихи-мәдени мұраларымызды шетелдерде танымал ету 2023 жылдың 28 қыркүйегінде аспан асты елінің бас шаһары Бейжің қаласындағы «Гугун» император сарайы мұражайында халықаралық «Бір белдеу, бір жол» жобасының 10 жылдығына арналған «Мәдени мұра және археология саласындағы ынтымақтастық» атты археологиялық көрме ашылды («Тыйым салынған» музейдегі көрме. ЖА 10.10.23).

Мәдени жәдігерлер – алуан түрлі өнердің интеграциясы[6] \ \ Халықаралық көрме «Бір белдеу, бір жол» бағдарламасы аясындағы елдер арасындағы археологиялық ынтымақтастықтың нәтижелеріне арналған «Мәдени жәдігерлер – алуан түрлі өнердің интеграциясы», «Ізденіс – мәдени алмасулардың дәлелі», «Ынтымақтастық» – бірлескен археологиялық жетістіктер» және «Кеңейту – өркениетке жол ашу» деп аталатын төрт санатқа бөлінген.2016 жылы «Бір белдеу, бір жол» бағдарламасы бойынша «Есік» қорық-мұражайы Сиян провинциясындағы Шэнси археология

институтымен бірлесіп, Рахат қалашығына археологиялық қазба жұмыстарын жасау бойынша жоба дайындап, меморандумға қол қойған болатынбыз. Соның нәтижесінде 2017 жылы Қытай елінен археолог әріптестеріміз келіп, барлау жұмыстарын жасау нәтижесінде Рахат ескерткішіне тоқталған болатын.

Аталмыш ескерткішті зерттеуді, яғни қазба жұмыстарын біз 2017 жылдан бастадық. Алғашқы 2 жыл бойы Қытай әріптестеріміз өз тарапынан қаржыландырды. Кейін мәдениет және спорт министрлігінің қолдауымен қолданбалы зерттеу бағдарламасын ұтып алу арқылы екіжақты қаржыландыруға көшті («Тыйым салынған» музейдегі көрме. ЖА 10.10.23);көрменің өзі «Бір белдеу, бір жол» халықаралық бағдарламасының 10 жылдығына арналғандықтан, қытай-қазақ археологиялық қазбалар нәтижесіне көбірек көңіл бөлінді (ЖА 10.10.23).

Өнер туындылары\Произведения искусство

өзгеріске бейім[5]\+ \ Жаңа сарындағы қойылым (өнер) Театрға көрермен бармайды деген бос әңгіме. Оны осы аптада Ғабит Мүсірепов атындағы Қазақ мемлекеттік академиялық балалар мен жасөспірімдер театрында қойылған поэтикалық драмадан анық көрдік (ЖА 19\01.23);

Кейіпкерлері кім болса да, әділдік жолында басын бәйгеге тіккен арыстардың бір тал оққа байланған ауыр тағдыры тұтастай өлеңмен өрілген. Өзегіне от түскендей күй кеісін көрермен. Ауыр туынды, бірақ өзекті тақырып. Бұған дейін сахналанбаған саяси ойындардың там-тұмдап көркем шығармаға арқау болған алғашқы спектаклі деуге де болады(ЖА 19\01.23);

Дін\ діни ұйымдар

сауатты\бейтарап[5] Дін- ұстай алсаң қасиетің, ұстай алмасаң қасіретің Мусылман болу үшін араб болудың қажеті жоқ. Адамзат баласы үшін тіл қандай өзекті болса, дін де соншалықты нәзік дүние. Қазіргі біздің басты байлығымыз ол біздің - Тәуелсіздігіміз.

Қазақтың болашағы - қазақтың қолында. Қазақтың жерінің де, тарихының да, дәстүрінің де иесі қазақ (ЖА 24\01.2); Діни сауаттың пайдасы Халықтың діни сауатын ашу үшін- біздің қоғам алдындағы басты міндетіміз.

Ел аумағындағы 900-ден астам мешіттер жастар мен жасөспірімдерді имандылық әдебіне, отасүйгіш қасиетке тәрбиелейтін қайырымдылық мекемелер, жамағатқа арналған құран оқу орталықтары, сауат ашу курстары жұмыс істейді. (ЖА 16\02.23)

Таким образом, полученные результаты свидетельствует о сбалансированном соотношении положительных и нейтральных характеристики концептов *Салт-дәстүр*, *Мәдениет*, *Дін*.

При этом данные онтологические схемы подтверждают те тематические и идеологические рамки, которые первоначально были выявлены посредством рубрикационного анализа.

Таблица 5 - Проявление семантики лингвальных сетей на материале казахского медиадискурса (“Жас Алаш”)

Концепт	Домены	Парцеллы	Характеристика			
			Положительная (+)	Отриц. (-)	Нейтральная (0)	
1	2	3	4	5	6	
Үкімет	Президент	қамқор	+			
	Атқарушы орган \министрліктер	жауапты	+			
		икемді\тиімді	+			
		мүқият және қамқор	+			
		белсенді\жылдам шешім қабылдайтын	+			
Заң шығарушы органдар	Сот орындаушылары	жауаты	+	-		
	Жоғарғы сот	Қамқор\ әділ	+			
	Парламент \ Мәжіліс	адал\ адамгершілігі мол	+			
	Үкімет: оқу-ағарту министрлігі	қамқорлыққа толы\	+			
Билік	Үкімет: заң шығарушы орган	батыл \сенімді	+			
	Үкімет: атқарушы орган	жауапсыз\				
		мейірімді, қамқор\ өздеріне сенімді\ жауапсыз\уайымсыз	+		0	
	Әкімшілік	үстемшіл			-	
		жауапсыз			-	
Қоғам \общество	Халық	қарапайым			0	
		сенімсіз			-	
		төзімді	+			
	Жастар	қайырымды жастар		+		
		отан сүйгіш		+		
		қоршаған ортаға саналы				
	Ғылым және оқу-ағарту оралықтары \ұйымдары\	жауапсыз			-	
Ғылым мен	жаңашыл		+			

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6
Мәдениет	Тарихи жәдігерлер	құнды	+		
	Киіз үйдің киесі	киелі	+		
	Өнер туындылары	пайдалы			0
	Мәдени жәдігерлер	құнды			0
Дін	діни ұйымдар\	дін- ұстай алсаң қасиетің, ұстай алмасаң қасіретің			0

Согласно полученным результатам, 71% публикаций газеты “ЖасАлаш” отражают концепты Үкімет, Қоғамжәне Жеке Тұлға, в то время как 29% описывают концепты Традиция, Культура, Религия. Такие данные свидетельствуют о том, что внимание уделяется больше концептам Үкімет, Қоғамжәне Жеке Тұлға, чем концептам Традиция, Культура, Религия. Это указывает на доминантную роль концепта Үкімет в обществе. Полученные результаты также свидетельствуют о сбалансированном соотношении положительных и нейтральных характеристик концептов, хотя в описании концептов преобладают позитивные черты. Онтологическая схема позволяет выявить способ осмысления концептов в медиатексте, а также примерную риторику самого понятия.

Обращаясь к концептуальной сфере издания “Курсив”, мы разработали следующую схему:



Рисунок 33 - Концептуальная модель по материалам газеты “Курсив”

Концептуальные поля «Власть», «Общество», «Личность», имеют онтологическую структуру, в которую в качестве парцелл выступают: Правительство: законодательные органы, Правительство: исполнительные органы, Президент США, Партия США, Народ: люди, Молодежь : студенты;

В онтологической структуре концептуального поля «Культура», «Религия» фигурируют следующие парцеллы – Деятели Искусства, Произведения искусства, Учереждения культуры, Центры\организации науки и просвещения, Религиозные центры, Организации СМИ, Религиозные организации.

Концептуальная структура этого поля имеет свои предикаты, статические и динамические предикаты характеризуются большей и меньшей количественной представленностью в публикациях газеты “Курсив”.

Государственная власть \ президент

Зависимый[1]\0 *Хотя президент и вместе с ним государство дистанцировались от всех политических партий, они по-прежнему нуждаются в партии власти (Курсив 02\02.23);*

Сильный\влиятельный[2]\0 *Касым-Жомарт Токаев, объявляя о назначении внеочередных выборов, сказал: «Выборы в мажилис и маслихаты станут завершающим этапом перезагрузки государственных институтов и наполнят реальным содержанием формулу «сильный президент – влиятельный парламент – подотчетное правительство» (Курсив 02\02.23);*

Авторитарный[4]\0 *Курс политических и экономических реформ, с которым президент совсем недавно победил на выборах, уже принят, причем почти все политические партии его поддержали. Спорить не о чем – законы принимать надо. И бюджет пересматривать периодически. Ну и с народом встречаться, конечно, объяснять, что трудности временны и что все будет хорошо(Курсив 02\02.23;)*

Политика \ выборы

Состязания[5]\- *Применительно к парламентским выборам мы будем использовать другую метафору – игра. Не в шекспировском смысле, не в театральном, а в спортивном. Такая, как футбол или хоккей, где участники не актеры, а игроки. В чем заключается игра под названием «выборы»? (Курсив 02\02.23); Следовательно, мажилису в соответствии с любимой формулой социалистов-революционеров «в борьбе обрешь ты право свое» придется завоевывать влияние в противостоянии с правительством(Курсив 02\02.23);*

Народ\ люди

Наивные [2]\- *Конечно, в идеале выборы в мажилис и маслихаты должны бы стать своего рода психотерапевтической процедурой, в ходе которой общество бы немного поволновалось, поняло, чего оно хочет, сделало правильный выбор, испытало катарсис и успокоилось(Курсив 02\02.23); Словом, по объему возможностей работать с обществом, зондировать и формировать общественное мнение у партии власти нет равных (ЖА 02\02.23);*

Партии

Зависимые[1]\- *это не власть нужна партии, а партия нужна власти. Нужна как социальный институт, а не как комфортабельный приют для чиновников на передержке (ЖА 02\02.23);*

Убедительные[3]\+ *Словом, по объему возможностей работать с обществом, зондировать и формировать общественное мнение у партии*

власти нет равных (ЖА 02\02.23); Особо выделим способность партии власти выстроить партнерские отношения с институтами гражданского общества – некоммерческими организациями различной направленности. Не стоит забывать, что партия власти – самый действенный и эффективный инструмент национального строительства (ЖА 02\02.23);

Исполнительные\убедительные[2]\+ В силу своей близости государству она вынуждена предлагать обществу набор целей, ценностей и норм, одинаково приемлемых для всех социальных страт, то есть общенациональных. Партия власти – идеальный «громоотвод» (ЖА 02\02.23).

Таким образом, из полученных данных 62% оцениваются позитивно, 24% - негативно и 14% - нейтрально. Однако, распределение оценок не является равномерным, но свидетельствует о сбалансированном соотношении положительных и отрицательных характеристики.

Далее следует анализ концепта **Культура**

современные[4]\+ Алматинские концепт-сторы\уникальные дизайнерские коллекции. Концепт-сторы или магазины с концепцией – это ретейл-пространства, где не просто торгуют, а еще и продвигают определенную систему взглядов. Через необычный интерьер, подбор брендов, индивидуальный подход в работе с клиентами концепт-сторы транслируют мировоззрение своих создателей. На продвижении стоят самые разные идеи: идея *slowfashion* (медленная мода), осознанного потребления или идея инноваций и прогресса. Чаще всего для ассортимента концепт-сторов подобраны уникальные дизайнерские коллекции, не представленные в масс-маркете (Вещи со смыслом. Курсив 28.09.23).

уникальные[4]\0 Современное переосмысление казахских традиций/В создании творческого пространства для локальных дизайнеров видит цель своего проекта и Акниет Карабек. Концепция *Beep!-U!* заключается в продвижении «неоказахского» стиля (современные одежда и аксессуары с этноэлементами). Концепт-стор объединяет творческих людей из Казахстана и Центральной Азии. Современное переосмысление казахских традиций, орнаментов, этноукрашений и костюмов – одна из самых широко транслируемых концепт-сторами идей (Вещи со смыслом. Курсив 28.09.23);

несколько культур в одной вещи[7]\+ Помимо запроса на национальную самоидентичность, в числе идей для казахстанских концепт-сторов прослеживаются мировые тренды, такие как *slowfashion* Своей главной идеей там называют этичную моду и осознанность. Сочетание несочетаемого лежит в основе казахстанского бренда одежды *Blackrepper*. Свой офлайн концепт-с топ бренд открыл три года назад. «Наша концепция – это сочетание двух противоположностей: черного и белого, современности и традиционности. Мы можем сочетать несколько культур в одной вещи. Например, готический шрифт с национальными вещами – то, что в принципе не сочетается», – комментирует основательница бренда Алена Кочергина (Вещи со смыслом. Курсив 28.09.23).

нейтральная[4]0\ Религия правильная проповедь религиозных направлений\+\Professionalный стандарт «Деятельность в области религии» планируют ввести в Казахстане. Его должны будут соблюдать представители 14 профессий: религиоведы, исламоведы, теолог, преподаватели религии и религиоведения преподаватели теологии, имамы-хатибы, устазы, исламские теологи, хафизы (кари), хадисоведы, исламские фикхи, имамы, азанышы (Профессиональный стандарт в области религии введут в РК. Кто должен будет его соблюдать. Курсив 09.08.23г.)

популярная[5]\+ Религиозный туризм. В Казахстане на фоне роста внутреннего туризма увеличивается популярность паломнических туров. Наши соотечественники стали больше интересоваться посещением не только «раскрученных» святых мест, но и региональных локаций. Мавзолей Ходжа Ахмеда Ясави в Туркестане — самый посещаемый объекты религиозного туризма в нашей стране, выяснили Центр социологических исследований KursivResearch в ходе июльского опроса 1600 наших соотечественников. С паломническими или туристическими целями там хоть раз побывали, более половины (54,2%) респондентов, интересующихся религиозными святынями — существенно больше, чем в Мекке, Медине и Иерусалиме вместе взятых (34%). (Как развивается религиозный туризм в Казахстане. Курсив 22.06.23).

Святые «места силы»[5]0\ «В мире только три признанных исламом святых места — Запретная Мечеть, что находится в Мекке, Мечеть Пророка (Masjid Nabawi) в городе Медина и Аль-Масджидаль-Акса (араб. отдалённая мечеть) — мечеть, расположенная на Храмовой горе Иерусалима, остальные региональный святыни в классическом исламе не признаются. Но в ходе распространение ислама в различных регионах формировались местные бытовые формы, региональные святые места, которые по сложившейся веками традиции стали почитаться в народе», — говорит директор Института геополитических исследований Асылбек Имбаиров. Несмотря на то, что классический ислам не признает региональных святынь (в исламе нет практики канонизации святых), места, где жили или были похоронены известные в народе люди неизменно притягивают паломников и туристов. Одни едут в такие локации для получения благодати и покровительства от святого, другие — чтобы избавиться от болезней, третьи — хотят больше узнать о различных религиях, принять участие в культах и обрядах.

Православные, католические и другие святыни [6]\+ Среди почитателей православных святынь в Казахстане одной из важных локаций является Вознесенский кафедральный собор в Алматы, считающий самой высокой православной деревянной церковью в мире. В Усть-Каменогорске православных туристов привлекает Андреевский собор и Свято-Троицкий мужской монастырь, в Актобе — Свято-Никольский кафедральный Собор, в Кокшетау — Кафедральный собор в честь Воскресения Христова. В СКО одной из главных религиозных святынь и местом паломничества католиков называют алтарь «Звезда Казахстана». «По легенде когда жителям села Озерное (основано поляками, сосланными в Казахстан) угрожал голод, в

окрестностях внезапно забили родники, образовав озеро, полное рыбы. Это событие датируется днем Благовещения и рассматривается как чудо. В 1997 на месте, где располагалось “чудесное» озеро, установили статую Богородицы «с рыбами» на высоком столпе”(Как развивается религиозный туризм в Казахстане.Курсив 22.06.23).

Энергию в мирное русло [4] Религиозные путешествия не являются приоритетным направлением туризма и не регулируются в нашей стране, говорят чиновники и религиоведы. «Концепция развития туристской отрасли РК на 2023-2029 год» делает упор на экологический, аграрный, этнографический кемпинговый и лечебно-оздоровительный туризм. Тем не менее, у Казахстана неплохие показатели в рейтинге CrescentRating — GlobalMuslimTravelIndex (GMTI), который определяет соответствие критериям привлекательности для туристов-мусульман, отмечают в KazakhTourism.

Сейчас Казахстан совместно с Узбекистаном разрабатывают трансграничный паломнический тур «Табаррукзиярат», говорят в компании KazakhTourism: «Согласно плану совместных действий между Казахстаном, Узбекистаном и Организацией тюркских государств планируется решить вопросы с внеочередным пропуском туристского транспорта на границе, создать условия для туристов-паломников на пограничном посту и основных локациях по маршруту», — отмечают в нацкомпании(Как развивается религиозный туризм в Казахстане.Курсив 22.06.23).

Таким образом, полученные результаты показывают только положительные и нейтральные оценки. Материалы газеты по концептам Традиция и Религия больше свидетельствует о положительной оценке этих понятий.

Таблица 6 - Проявление семантики лингвальных сетей на материале русскоязычного медиадискурса (Курсив)

Концепт	Домены	Парцеллы	Характеристика		
			положительная (+)	отриц. (-)	нейтральная (0)
1	2	3	4	5	6
Власть	Государственная власть \президент	Зависимый			0
		Сильный\влиятельный			0
		выносливый	+		
		Авторитарная			0
	Партии	Зависимые			
		убедительные	+		
		исполнительные			0
	президент	сильный	+		
		влиятельный			0
авторитетный				0	

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Религия	Религиозные центры	мирные	+		
	Религиозные организации	доброжелательные	+		
	религиоведы	правильные	+		
Культура	деятели искусства	уникальная			0
	произведения искусства	современная			0
	учреждения культуры	разнообразная			0

Подводя определенные итоги, необходимо заметить, что онтология схемы базовых концептов на материале русскоязычной прессы демонстрирует стереотипность восприятия этих понятий и сведение их к нейтральному лишенному субъективной оценки восприятию.

Из представленного анализа медиадискурса Казахстане можно сделать следующие выводы.

Доминирование в медиапредставлении государственных и социальных концептов: Публикации в газете акцентируют внимание на темах, связанных с правительством (Власть\Үкімет), обществом (Қоғам), и семьей (Личность\Жеке Тұлға). Это указывает на значительное влияние государственной политики и социальных норм на медиадискурс.

Основная часть описанных концептов Власть, Общество, Личность представлена с позитивной окраской. Это может указывать на стремление газеты поддерживать оптимистичное видение общественной жизни и развития.

Хотя большинство описаний концептов содержат положительные черты и оценку, присутствует также и нейтральный подход. Это свидетельствует о том, что газета стремится к объективности в своем отображении социальной реальности.

В медиадискурсе Казахстана уделено меньше внимания концептам Культура, Традиция и Религия по сравнению с государственными и социальными аспектами.

В целом, медиадискурс Казахстана представляет общественную жизнь с уклоном в поддержку государственной политики и позитивного развития, с умеренным вниманием к традициям и религии.

В основе американского и казахстанского информационных пространств лежат определенные концепты, которые были выделены на основе анализа медиадискурса. В американском контексте такие концепты, как Власть, Личность, Общество, Традиция, Культура и Религия, играют ключевую роль. В казахстанском медиадискурсе эти концепты представлены как Билік, Жекетұлға, Қоғам, Сал-дәстүр, Дін и Мәдениет. В русскоязычной прессе

Казахстана также акцентируются власть, личность, общество, традиция и культура.

Как это представлено в трех схемах проявления семантики лингвальных сетей очевидно как унифицирующие тенденции в подаче информации, так и сохранение собственно национальных, исторических и локальных подходов в освещении происходящего.

Эти концепты выступают в роли доменов, определяя лингвальную структуру информационного пространства. Доказательством этого является соответствующая организация рубрик в каждом из трех изданий. Выделенные концепты, хотя и специфичны для конкретных культур, оказываются универсальными для современного информационного общества. Их концептуальная онтология проявляется в различной иерархической последовательности и идеологическом наполнении, что в совокупности влияет на лингвокогнитивный аспект их реализации в журналистском материале или тексте.

Выводы по 2 разделу

В самом общем виде стратификация информационного пространства представляет собой процесс деления информационного пространства на различные уровни или категории с учетом разных параметров. В информационном пространстве медиальных текстов эти параметры могут включать региональное расположение. В целом информационное пространство медиатекстов играет важную роль в формировании общественного восприятия и понимания актуальных событий, проблем и тенденций. Потребителям медиа важно знать о факторах, влияющих на информационное пространство медиатекстов, чтобы критически оценивать потребляемый ими контент и формировать обоснованные мнения.

Информацию можно моделировать на разных уровнях абстракции, связанных с углубленным анализом и разделением информационного контента. Эти уровни включают в себя: концептуальную сферу (концептосфера) - это общее информационное пространство, которое подлежит моделированию с учетом тех общественно-политических проектов, которые нами были выявлены. Домен - это узкоспециализированная область информации в рамках концептуальной сферы, представляющая собой тематически связанный сегмент. Парцелла - это еще более узкоспециализированный участок информации внутри домена, представляющий собой тематически целостный фрагмент. Концепт - это отдельное понятие или элемент, входящее в состав парцеллы и представляющее собой часть информации на этом уровне.

Существуют различия между стилями и методами освещения новостей в американских и других СМИ. Например, в американских СМИ статьи, выражающие точку зрения автора, часто публикуются на специальных редакционных страницах, в то время как информационные материалы и статьи на другие темы размещаются в остальных рубриках газеты. Кроме того, новостные материалы в американских СМИ стремятся к достижению

"объективности" и представляют разные точки зрения на события, с упором на справедливость и баланс.

Анализ концептуального пространства медиадискурса в каждой стране становился возможным только после выявления базовых общественно-идеологических проектов, которые определяют политические, социокультурные и лингвокогнитивные характеристики информационного пространства. В случае американского медиадискурса таким базовым проектом является либерально-индивидуалистический проект. В нашем исследовании, для формирования концептуального пространства "The New York Times", либеральный проект играл решающую роль. В контексте казахстанской прессы, мы выделили евразийский, пантюркский и либеральный проекты как определяющие, и заметили, что они проявлялись в казахскоязычных и русскоязычных медиа с разными акцентами. Эти проекты действительно служат основой для интерпретации и создания медиадискурса в США и Казахстане.

В лингвистическом аспекте концептуальное пространство выражался через интермедиальные и интертекстуальные особенности. Американский медиадискурс характеризуется более прямой информационной ориентацией, в то время как казахстанский медиадискурс, в пределах нашего исследования, часто обладает интертекстуальными связями и излишней риторичностью в представлении информационного материала.

Базовые концепты, определяющие информационное пространство США и Казахстана, были выявлены в нашем исследовании. В медиадискурсе США это "power", "individual", "society", "tradition", "religion" и "culture". В казахстанском медиадискурсе это "билік", "жекетұлға", "қоғам", "салт-дәстүр", "дін" и "мәдениет", а также в русскоязычной прессе Казахстана - "власть", "личность", "общество", "традиция", "культура" и "религия". Эти концепты, как было доказано в исследовании, представляют собой домены в лингвистической организации информационного пространства. Они были выявлены в информационном пространстве обеих стран и имеют свои специфические особенности в контексте анализа, но в то же время являются универсальными для современного информационного общества. Концептуальная онтология этих концептов проявляется через разные иерархические структуры и различное идеологическое наполнение, что в совокупности влияет на лингвокогнитивные аспекты их реализации в журналистском материале или тексте.

Таким образом, выявлено стратификация информационного пространства как на формальном, так и на содержательном уровнях. На формальном уровне стратификация выявлено универсальной, но различался количественными показателями. Однако, на содержательном уровне ситуация совершенно иная. В медиадискурсе США стратификация на тематическом уровне отражал разнообразие и общественное восприятие ключевых концептов. В то время как в медиадискурсе Казахстана выявлено упрощенный способ представления и интерпретации этих концептов.

Структурирование ключевых концептов американского медиадискурса отличался высокой информационной насыщенностью, которая также учитывал лингвоэстетический аспект. В американском медиадискурсе преобладает объективный подход в когнитивной репрезентации информации. С другой стороны, в казахстанском медиадискурсе субъективный подход играл важную роль как основной принцип создания журналистского текста. Казахстанский медиадискурс характеризуется смешением постсоветской идентичностей, которые проявляются в риторических способах представления информации.

3 КОНЦЕПТЫ МЕДИАТЕКСТОВ В АССОЦИАТИВНО-ВЕРБАЛЬНОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ

3.1 Интерпретация ассоциативных полей базовых концептов американского медиадискурса

Необходимо указать, что материалы третьей главы, результаты и содержащиеся выводы в ней, развивают и дополняют положения и результаты, полученные нами во 2 главе. В данной главе концепты, контекстные наполнение которых выявлялось в медиадискурсе в конкретный временной промежуток, рассматриваются на новом психолингвистическом материале – в ассоциативных полях. Подобное наложение исходных лингвокогнитивных структур на образцы массового языкового сознания трех языков представляется нам важным и имеющим доказательный и объяснительный характер. Такое сравнительное сопоставление позволяет увидеть точки соприкосновения массового языкового сознания (представления) с профессионально представленными концептами в медиадискурсе.

Прежде чем обратимся к практическому материалу, целесообразно дать краткую характеристику не столько известным и много раз описанным теоритическим исследованиям, а тому языковому материалу, который собран к настоящему времени в разного рода современных ассоциативных словарях и источниках. В современной лингвистике наблюдается закономерный интерес к ассоциативным методикам, которые позволяют изучать языковое сознание определенной целевой, в том числе в большинстве случаев этнической группы. В настоящее время большое внимание уделяется анализу развития и изменения языкового сознания, которое включает в себя знания и логическое мышление, связанные с активной деятельностью в различных сферах жизни. Изучение языкового сознания у представителей разных культур имеет важное значение, так как позволяет выявить общие и специфические черты их взглядов на мир и этнические установки, что способствует улучшению коммуникации.

Языковое сознание тесно связано с языком и составляет органическую часть мышления, так как они взаимозависимы: знание языка помогает социализироваться, включая усвоение социальных норм и способов реагирования. Словарь ассоциаций в любом языке является ценным источником для культурологических и социально-психологических исследований. Ассоциации, которые люди придают одному и тому же слову-стимулу внутри одной этнической группы, могут существенно различаться из-за нескольких причин, таким как возраст, уровень образования, место проживания и личный опыт. Следует указать, что чтение художественной литературы может изменить восприятие этих слов, делая их более художественными в контексте. При этом, с накоплением лингвистических знаний у носителя языка расширяется спектр его ассоциаций к данному слову-стимулу. Со временем ассоциации индивида к словам могут меняться как в своей сути, так и в их количестве, однако все эти различия нивелируются из-за массового контента.

Целесообразно дать краткую характеристику ассоциативным словарям английского языка. В начале XX века появились первые словари, описывающие языковое сознание носителей языка. Первый свободный ассоциативный эксперимент был проведен американскими психологами Х.Г. Кентом и А.Дж. Розановым [102, с. 18]. Основная цель эксперимента Х.Г.Кента заключалась в изучении природы психических ассоциаций и рассмотрении лексических ассоциаций как показателей лингвистического развития и формирования понятий у англоязычных реципиентов. Авторы отмечают: «Among the most striking and commonly observed manifestations of insanity are certain disorders of the flow of utterance which appear to be dependent upon a derangement of the psychical processes commonly termed association of ideas. These disorders have to some extent been made the subject of psychological experimentation, and the object of this investigation is to continue and extend the study of these phenomena by an application of the experimental method known as the association test» [102, с.5]. Авторами в ходе предварительного исследования был составлен следующий список слов, *Table, Dark,, Music, Sickness, Man, Eating, Mountain, House, Black, Mutton, Hand, Fruit,, Butterfly* и др. [102, с.15]. При составлении списка избегали использования слов, которые могли бы вызвать сильные эмоциональные реакции у испытуемых.

1. **Table** (слова стимул) - *chair, furniture, round, wood.*

2. **Soft-cotton**, *easy, feathers, hard, silk, sponge*

3. **Black**- *cloth, color, dress, ink, white*

4. **Wish**- *desire, longing, money*

5. **Beautiful** – *flowers, girl, homely, lovely, pleasing, sky, ugly;*

Проведение свободного ассоциативного эксперимента позволяет не только изучать языковую природу предмета речи, но и практически выявлять общие ассоциации, которые вызывает это слово у носителей языка. Другими словами, через ассоциации можно получить цельное представление о восприятии данного предмета речи. Один из наиболее популярных сборников ассоциативных норм - "Нормы словесных ассоциаций", под редакцией Л. Постмана, включает почти все ранее собранные ассоциативные нормы на английском, французском и немецком языках [104, с. 15]. В этом сборнике список стимульных слов и количество информантов остались постоянными для всех трех языков. После выпуска словаря Лео Постмана были созданы словари ассоциативных норм на многих языках стран Европы и Средней Азии, таких как польский (Kurcz 1967), [105], узбекский (Залевская 1971) голландский (Door, Made-van Bekkum 1973), киргизский (Титова 1975), русский (САНРЯ 1977), украинский (Бутенко 1979), болгарский (Герганов 1984), латышский (Ульянов 1989), казахский (Дмитрюк 1998) и другие. Значительно увеличилось количество двуязычных ассоциативных словарей, таких как исследование Л.Н. Титовой на киргизском и русском языках [108], а также работа Н.В. Дмитрюк на материале казахского и русского языков [109]. Современные экспериментальные исследования часто проводятся на нескольких языках. Например, исследования на базе казахского и русского языков (Дмитрюк 1998;

Титова 1975, 1977) или на базе хакасского, русского и английского языков (Боргоякова 2002). В Институте языкознания РАН ученые исследуют ассоциативные нормы восточных языков (вьетнамский, китайский) и редких языков народов Севера (бурятский, якутский, эвенский).

Современной когнитивной лингвистикой накоплен большой объем экспериментальных данных и был выполнен ряд работ О.Е.Виноградова «Направленный ассоциативный эксперимент в описании семантики слова» [110, с.15], Н.И.Курганова «Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова» [111, с.10] и др, направленных на изучение семантики слова, выполнены отдельные семантические исследования языкового сознания носителей языка.

Теоретический обзор языкового материала касается только тех немногочисленных работ, которые были выполнены по соотношению к казахскому и русскому языку психолингвистическом проявлении в Казахстане в его психолингвистическом проявлении.

В современной западной и казахстанской лингвистике в последнее время заметно повысился интерес к ассоциативным методикам, открывающим доступ к изучению языкового сознания этноса. В настоящее время понятие языкового сознания становится центральным для ряда наук. Сознание определяется как знание и логическое мышление в контексте живой, чувственно-волевой, активной деятельности всей сферы. Изучение языкового сознания носителей разных культур и выявление общего и специфического в их образах мира, этнических установках имеет большое значение для оптимизации общения. Сознание неразрывно связано с языком, которое образует органическое единство с мышлением, так как одно без другого не существует, владение языком, в свою очередь, является фактором социализации, т. е. усвоением определенных социальных норм и способов реагирования.

В казахстанской лингвистической науке первые ассоциативные эксперименты с носителями русского и казахского языков были осуществлены в 1960-70-е годы А.А.Залевской и М.М.Копыленкой введены в научный обиход межъязыковые сопоставления, в ходе которых была убедительно доказана способность ассоциативных реакций выявлять национально-культурную специфику восприятия и понимания окружающего мира, языковых картин мира, моделировать вербальную память человека, отображать центр (ядро) и периферию внутреннего лексикона человека, специфику ментального и лингвокультурного «климата» того или иного социума и многое другое [114].

В дальнейшем ассоциативными исследованиями в казахстанской лингвистике на материале казахского и русского языков занималась Н.В.Дмитрюк, автор первого казахско-русского словаря ассоциативных норм, и Г.Г.Гиздатов, позже Б.А.Ахатова, З.К.Сабитова [115], Б.Х.Исмагулова [116], Г.Б.Мадиева [117], Е.Г.Свинчукова [118], Г.М.Алимжанова и др.

Как отмечает А.А.Залевская, широкие возможности использования ассоциативного эксперимента обусловлены, прежде всего, тем, что он обеспечивает доступ к информационной базе человека и позволяет наблюдать

процесс естественного семиоза [112, с.19]. Вслед за А.А.Залевской продолжала подобного рода эксперимент Н.И.Курганова, она внесла в лингвистику новую терминологию «живое слово» вместо слово- стимул. Она отмечает, что «отличительной особенностью живого слова является свойство двойной соотнесенности. Это значит, что значение живого слова опосредствовано с одной стороны системой культурных значений, и вырабатываемых социумом, а с другой- совокупностью когнитивно- дискурсивных процессов, в которых участвует слово благодаря словообразовательной активности индивидов» [111, с.5]. Это означает, что результаты ассоциативного эксперимента в разных культурах поразному показывают динамический характер значения слов, позволяющие наблюдать специфику его функционирования в обыденном сознании носителей языка и культуры.

Из новейших работ приведем следующие примеры. Л.Гудков в своей работе «Возвратный тоталитаризм» [113, с.4] приводил собственный эксперимент – американцы глазами Россиян. Предваряя саму таблицу, исходя из ее данных заключает следующее. В глазах российских граждан образ Америки воспринимается не только как современное и развитое общество, но прежде всего как государство, обладающее достаточными ресурсами для достижения своих геополитических целей и занимающее доминирующее положение на международной арене. Этот образ Америки, в работе Л.Гудкова, формируется на основе семантических элементов и включен в конкретные политические контексты и интересы, которые влияют на его содержание и интерпретацию.

В перечисление весьма важным представляется сопоставить эти оценочные данные с теми ассоциативными рядами, которые были получены нами. Очень часто ассоциативные словари или близкие данные, полученные в ходе проведения различных психолингвистических исследований, дополняют социологические и культурологические обобщения. Если рассматривать более глубокий уровень представлений, то стереотипы восприятия американцев также играют роль. Они основаны на переносе собственных свойств, комплексов и мотивов действий на других, в данном случае на американцев.

Такие стереотипы создают образ «другого», отличного от нас самих, и присваивают этим людям качества и характеристики, которые могут быть неправдивыми или искаженными.

Этот процесс помогает нам устранить некоторые нежелательные свойства у нас самих и вытеснить их из сознания, создавая образ «самих себя» с определенными качествами и характеристиками. Для дальнейшего сопоставления приведем следующую таблицу сопоставления по данным Л.Гудкова: (таблица 7).

Таблица 7 - Результаты психолингвистического эксперимента Л.Гудкова (структура и функции проявления российского анитиамериканизма)

Характеристики	Данные 2008г
энергичные	38
свободолюбивые, независимые	35
властолюбивые	31
навязывающие свои обычаи другим	30
рациональные	30
с чувством собственного достоинства	30
заносчивые	26
лицемерные, хитрые	20
скрытные	20
жестокие	9
гостеприимные	6
открытые, простые	6
готовые прийти на помощь	5
почтительные со старшими	5
непрактичные	4
терпеливые	4
безответственные	4
миролюбивые	4

Таблица 8

Характеристики	2014 IX	2014/2008 (сравнения результаты) +/-
1	2	3
властолюбивые	36	+5
навязывающие свои обычаи другим	36	+6
лицемерные, хитрые	36	+16
энергичные	24	-14
заносчивые	28	=
эгоисты	26	+9
скрытные	25	+5
завистливые	24	+14
рациональные	22	-8
жестокие	20	+11
терпеливые	4	=
гостеприимные	2	-4
открытые, простые	3	=
готовые прийти на помощь	2	=
миролюбивые	2	=

Сразу же укажем, что данный социологический материал репрезентует “внешнюю” оценку американцев, по отношению эксперимента Л.Гудкова.

В нашем же исследовании приводится “внутренняя” оценка от носителей языка (американцев и казахстанцев), которые в определенной мере коррелируют с данными Л.Гудкова.

Нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент. Так в первом параграфе третьей главы представлены материалы по ассоциативному эксперименту, направленные на изучение базовых представлений о ключевых концептах СМИ – *power, society, individual, tradition, religion, culture* – в современном американском языковом сознании. Анализ репрезентативности выборки и аутентичности информантов представлен ниже.

Главная цель данного исследования заключается в уточнении специфических аспектов языкового воплощения концептов *power, society, individual, tradition, religion, culture* в ментальных представлениях современных носителей английского языка США. Для достижения этой цели использован ассоциативный эксперимент.

Исследование включает в себя применение методов современного концептуального анализа и проведение ассоциативного эксперимента. Ассоциативный эксперимент заключается в том, что испытуемым предъявляются слова-стимулы (*power, society, individual, tradition, religion, culture*), на которые они должны реагировать мгновенной словесной реакцией. Важно, чтобы реакция была спонтанной и испытуемым не разрешается проводить анализ или рефлекссию. Характер ассоциаций зависит от различных факторов, таких как возраст, пол, уровень образования и профессия испытуемых.

Ассоциации в данном контексте имеют двойственный характер: с одной стороны, они отражают объективно существующие форматы знаний, связанные с общеязыковыми значениями; с другой стороны, они подвержены влиянию субъективных и личностных смыслов говорящего индивида.

В целях получения наглядных и объективных результатов собранные данные были статистически обработаны. В результате анализа ответов был выявлен возрастной состав респондентов, от 21 до 58 лет. Примерно такие же возрасте (23-60) были информанты, носители казахского и русского языков.

Ассоциативные эксперименты позволяют получать в наглядной форме данные для выявления различных связей между словами в индивидуальном сознании человека и национально-специфические признаки языковой культуры носителей различных языков.

Согласно нашей исследовательской концепции, результаты в области семантического содержания, объема значения и лингвистической выразительности концепта должны быть подтверждены с помощью эксперимента. Эксперимент предоставляет объективные данные о том, каким образом базовые концепты в сознании языковых носителей воплощаются в национальных, социальных и культурных представлениях.

Для проведения эксперимента были созданы специальные анкеты. Участникам предъявлялось слово-стимулы "power" (власть), "society" (общество), "individual" (индивид), "culture" (культура), "religion" (религия), на

которые они отвечали любой словесной реакцией. В эксперименте приняли участие 95 испытуемых. Здесь представлена анкета – опросник. В анкету опросник включалась необходимость указания возраст, пол, уровень образования, гражданства, рода занятий и места проживания. Дополнительно задавался вопрос о круге масс-медийного чтения респондентов, NYT в этом перечне была представлена.

Полный текст анкеты на английском, казахском и русском языках приводится в приложении А.

С целью получения наиболее полного и объективного понимания концептуальных признаков исследуемого концепта, в эксперименте были задействованы информанты США разного возраста (от 21 до 58 лет), различного пола и социальной принадлежности (студенты, инженеры, бизнесмены, преподаватели вуза и школы, врачи и т.д.). Все участники эксперимента имеют английский язык как родной.

На основе анализа частотности ассоциаций для слов-стимулов, таких как "power" (власть), "society" (общество), "individual" (индивид), "culture" (культура), "religion" (религия), были выявлены ядро и дальняя периферия ассоциаций, включая индивидуальные ассоциаты. После этого была проведена качественная интерпретация полученных данных. Таким образом, в соответствии с нашей выбранной исследовательской методологией, результаты эксперимента были подвергнуты анализу в аспекте семантической структуры и выражения базовых концептов, что позволило получить более глубокое понимание, каким образом эти концепты воплощаются в ментальных представлениях языковых носителей. В гендерном отношении 60 % опрошенных составили женщины, 40 % — мужчины в возрасте от 25 до 58 лет, соответственно количество реакций не повторяются со словом-реакцией указана в ассоциативном поле.

Далее приводятся только высокочастотная зона концептов медиадискурса.

Представим высокочастотную зону ассоциативного поля концепта Power:

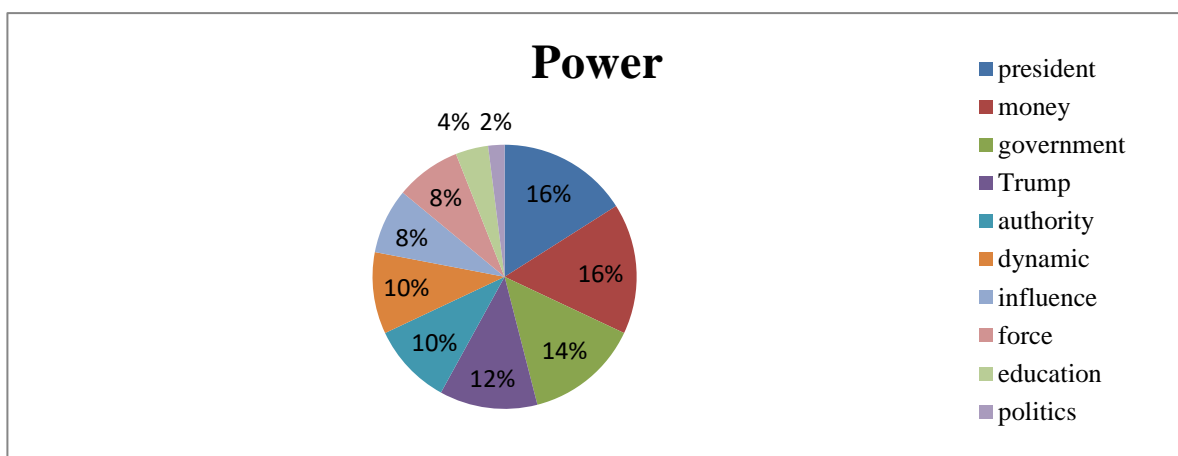


Рисунок 34

Далее будут последовательно представлены материалы и другим концептам.

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Society выглядит следующим образом:

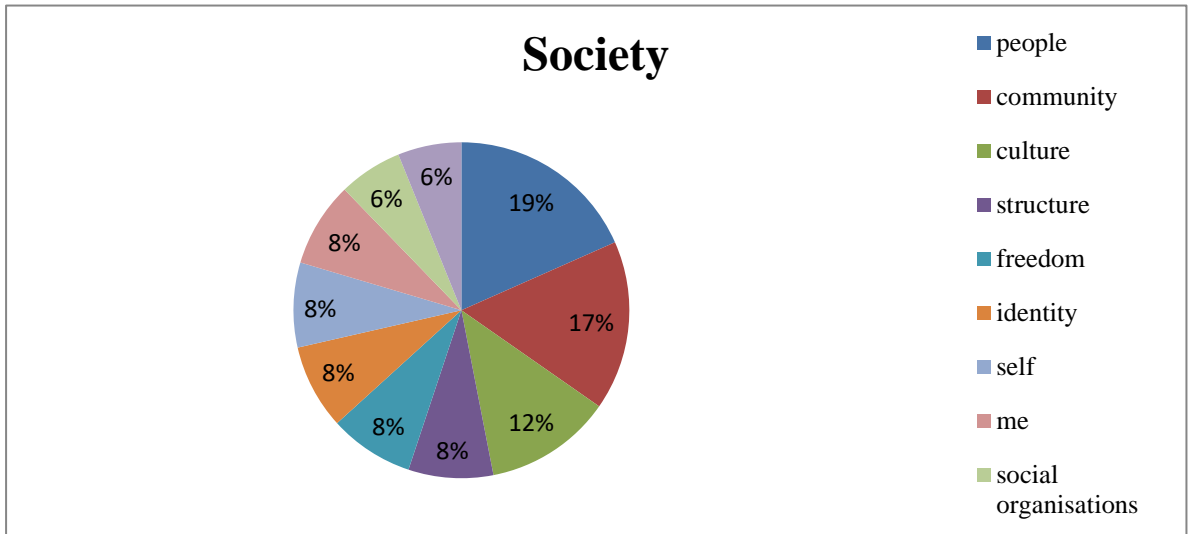


Рисунок 35

Далее следует высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Individual:

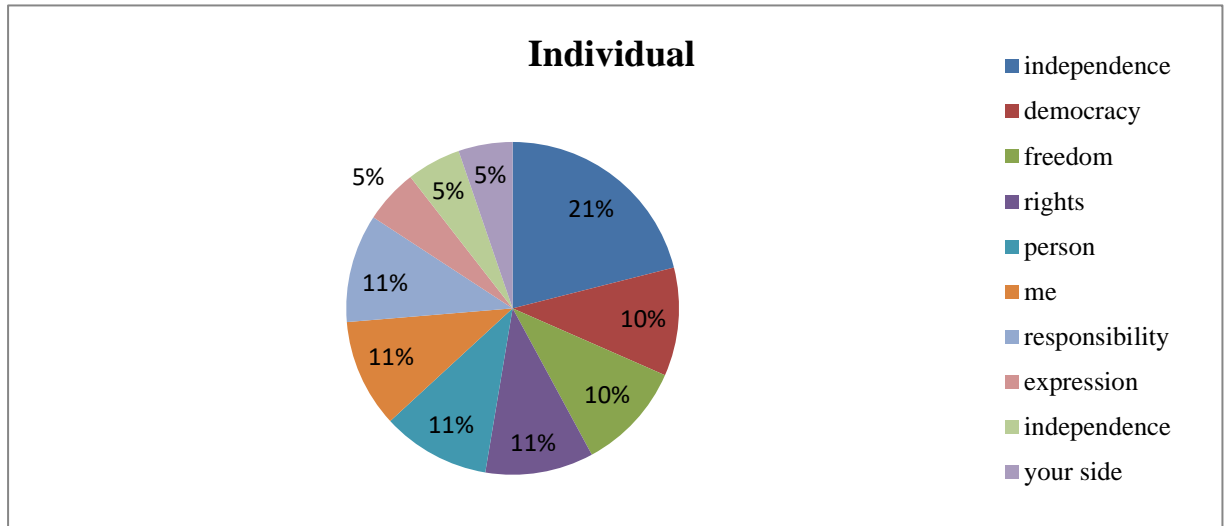


Рисунок 36

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Tradition по полученным материалам выглядит следующим образом:

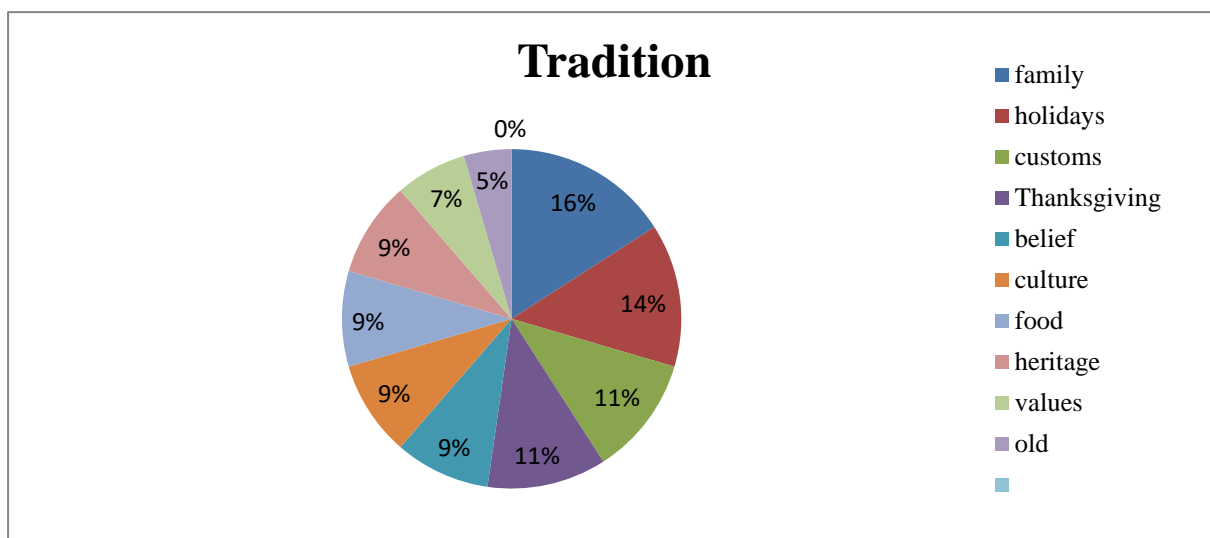


Рисунок 37

Дана в инфографике высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Culture:

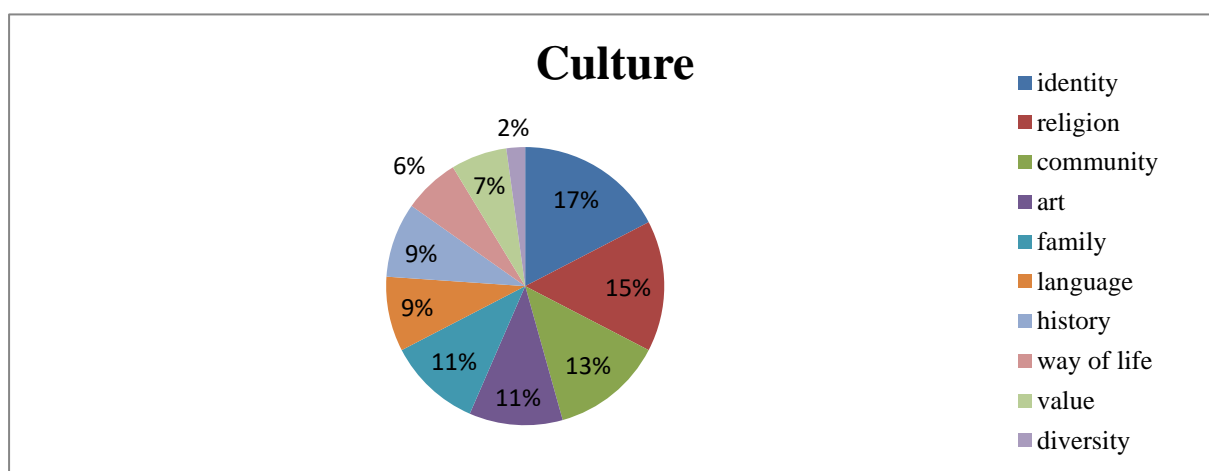


Рисунок 38

Далее следует высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Religion:

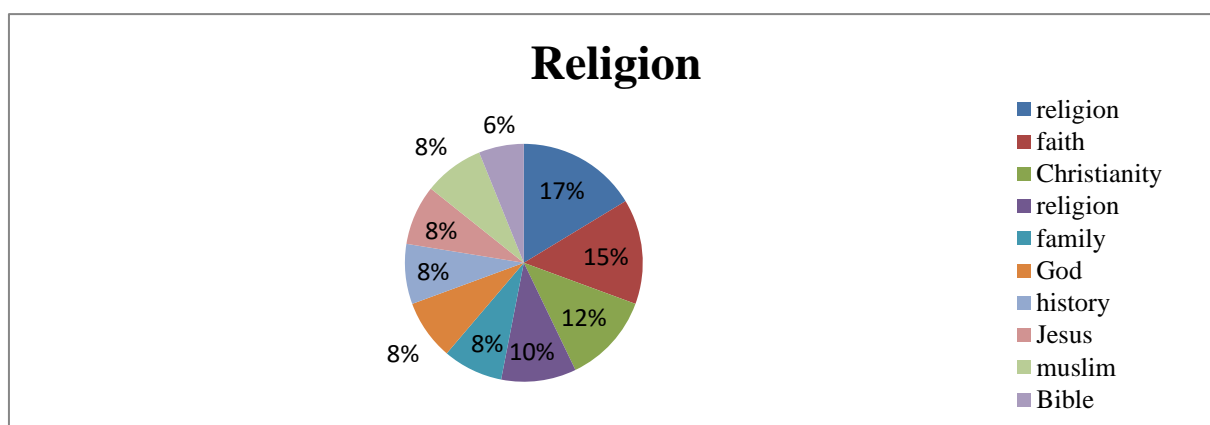


Рисунок 39

Полные ассоциативные поля базовых концептов "power" (власть), "society" (общество), "individual" (индивид), "culture" (культура), "religion" (религия), и с указанием высокочастотных зон на английском, казахском и русском языках приводится в приложении Б.

Обработка данных свободного ассоциативного эксперимента включает в себя анализ ответов (реакций) на слова-стимулы в американском языковом сознании (США) это "power", "individual", "society", "tradition", "religion" и "cultura". Результаты эксперимента классифицированы по отдельным концептам. Каждая отдельная реакция указана с количественными данными (частотой встречаемости ответа) и процентным соотношением относительно общего числа реакций в каждой группе респондентов. Представление ответов организовано по уровню частотности - от самого часто встречающегося до наименее встречаемого.

Слова – стимулы:

1.Power – president(3)- 20%,dynamic (2) -13%, government (2) – 13%, control(2) – 13%;

2.Society- people(4)-21%, community(4)- 21%, culture(3)-16%, structure(2)-11%.

3.Individual- independence(4)-21%, democracy (2)-10%, freedom (2)-10%, rights (2)-10%, person(2)-10%, me (2)-10%;

4.Tradition – family (4)-24%, holidays (3)-18%, customs (3)-18%, belief-6%;

5.Culture- religion (4)-29%, History (2)-15%, language-7%, life-7%.

6.Religion – Jesus (4)-17%, God (4)-17%, Christianity (3)-12%, bible (3)-12%, Faith(3)-12%.

Представленные ассоциативные материалы дополняют и уточняют базовые концепты американского медиадискурса. Следует указать, что понятийное наполнение ассоциативных полей шире той семантики, которая обнаруживается в информационном структурировании информации и в семантике лингвальных сетей.

Результаты ассоциативного эксперимента слова стимулы на концепты Power – president(3), dynamic (2), government (2), control(2); Society- people(4), community(4), culture(3), structure(2) civil:

Individualindependence(4), democracy (2), freedom (2), rights (2), person(2).

В онтологической модели концептуального поля «CULTURE», «RELIGION» фигурируют следующие актанты – Культура США, Религия США, Деятели Искусства, Произведения искусства, Учереждения культуры, Центры\организации науки и просвещения, Религиозные центры, Организации СМИ, Религиозные организации.

Результаты опроса слова стимулы на концепты Tradition – family (4), holidays (3), customs (3), belief; Culture- religion (4), History (2), language, life; Religion – Jesus (4), God (4), Christianity (3), bible (3), Faith(3).

Результаты проведенных анализов и опроса дополняют базовые концепты американского медиадискурса. Ключевые концепты СМИ, выбранные нами, проявляются в разных ракурсах. Важно отметить, что содержание ассоциативных полей более обширно, чем семантика, выявляемая в структурировании информации и в лингвальных сетях. Об этом свидетельствует высокочастотная зона соответствующих ассоциативных полей.

3.2 Ассоциативные поля казахских и русскоязычных концептов медиадискурса в Казахстане

В данном параграфе представлен анализ языкового сознания носителей казахского и русского языков, а также экспериментальные данные по ассоциативным полям казахского и русского языков, а также анализ соотношения ассоциативного наполнения с концептуальным пространством медиадискурса.

Становится очевидно, что практическая сфера использования методики ассоциативного эксперимента все больше расширяется, а ее актуальность возрастает в настоящее время. С помощью этого метода можно проникнуть в неосознаваемые слои языкового сознания и опосредованным путем (через ассоциации) установить связи между словами и отражающимися в них понятиями. Для современного этапа использования ассоциативных методик характерно и то, что ассоциативные нормы стали применяться для изучения определенных областей знания в различных целях: политических, культурологических, социологических и далее.

В русском ассоциативном словаре Ю.Н.Караулова [120.121.122], который по прежнему может считаться образцовым психолингвистическим источником, (часть1, прямой словарь: отстимулакреакции) нами были обнаружены слова стимулы которые соотносятся в данном исследовании с базовыми концептами и далее мы провели сопоставительный анализ с нашим результатами эксперимента [120, с. 15]. Приведем с начала слова стимулы из словаря Ю.Н.Карауловой от реакции к стимулу. Заметим, что этих материалов набралось немного.

Власть - государство 15; монополия 6; король, правительство 5; взять 3; борьба, отменять 2; абсолютный, армия, возмем, воссоздавать, выйти, держать, лев, много, надменный, начальник, нога, отнять, передать, расти, сильнейший, совет, советский, удовольствие (Ю.Н.Караулова часть1, прямой словарь: от стимула к реакции);

Власть – сила (16), президент (14), правительство (11), деньги (7), народ (7), политика (6), государство (6), Назарбаев (5), коррупция (5), руководство (5), деньги (5), контроль (4) (авторские материалы).

Общества - член 60; культура 3; гражданин, история 2; болезнь, здоровье, лик 1(Ю.Н.Караулова часть1, прямой словарь: от стимула к реакции);

Общество - люди (22), народ (16), социум (12), мнение (5), государство (5), общество (5), стадо (3), дегридация (2), дружба (2), люди (2), мы (2) (авторские материалы).

Индивид - личность 13; девушка, известный, человек (Ю.Н.Караулова часть1, прямой словарь: от стимула к реакции);

Личность - человек(38), индивидуальность (7), индивид (5), гражданин (2), , лицо (2), мнение (2)) (авторские материалы).

Традиция - возрождать 4; продолжать 3; национальный, провести, связь (Ю.Н.Караулова часть1, прямой словарь: от стимула к реакции);

Традиция- обычай (17), культура (12), национальная (7), история, народ (8), семья (11), обряды (5),) (авторские материалы).

Религия - наука 3; бог, о науке 2; возрождать, добрый, культура, лик (Ю.Н.Караулова часть1, прямой словарь: от стимула к реакции);

Религия – вера (26), ислам (15), бог (7), христианство (6), мечеть (5), атеизм (5), будизм (3), всевышний (2), выбор (2), жизнь (2), мировоззрение (4) (авторские материалы).

Культура - искусство, литература, театр 5; возделывать 4; культура 3; возрождать, институт 2; древний, наукам, науку, памятник, родители, сельскохозяйственный (Ю.Н.Караулова часть1, прямой словарь: от стимула к реакции);

Культура – воспитания (7), поведения (6), наследия (5), история (5) национальная (4), искусство (4), этика (3), театр (3) (авторские материалы).

Результаты сопоставления нашего эксперимента в соотношении с материалами из словаря Ю.Н. Караулова совершенно несоотносятся. Например, высокочистотным в РАС является концепт Власть - государство 15; монополия 6; король, правительство 5; взять 3; борьба, отменять 2; В нашей работе концепт Власть– сила (16), президент (14), правительство (11), деньги (7), народ (7); в РАС концепт Общества - член 60; культура 3; гражданин, история 2; В нашей работе: Общество - люди (22), народ (16), социум (12), мнение (5), государство (5); в РАС концепт Религия - наука 3; бог, о науке 2; возрождать, добрый, культура; в наших материалах Религия – вера (26), ислам (15), бог (7), христианство (6), мечеть (5) и тд. Причины на наш взгляд, в следующем:

- разные годы сбора ассоциативного материала (РАС 90-е годы, авторские материалы 2018-2022года);

- разный состав информантов: русские в РАС и русскоязычные жители Казахстана; (иначе говоря русский язык как раний, русский язык как профессиональный в коммуникации;

- образовательный критерий, который был учтен при сборе авторского материалов.

Что касается материаловот реакции к стимулу в словаре есть только слова «Культура»: Обратный словарь: от стимула к реакции, который целесообразно привести полностью.

Концепт “Культура” - речи 76; поведения 30; общения 21; высокая 17; театр 16; искусство 12; низкая 11; быта, народа 8; бескультурье, слова 6; национальная, советская, человека 5; Востока, древняя, книги, народов, отсутствует, речь 4; культура, массовая, музей, музыка, наука, наша, общая, общества, поведение, русская, сельскохозяйственная, скульптура 3; античная, в упадке, вежливость, Византии, власти, воспитание, города, дворец, древнегреческая, Запада, западная, и жизнь, и искусство, инков, интеллигентность, история, культ, личности, мировая и тд.

Если соотнести эти данные с информационным наполнением в медиадискурсе, то очевидно в РАС зафиксированность упрощенного восприятия этих концептов, которых без сопоставления с тематическими наполнениям не сразу выявляется. Следует подчеркнуть, что ни на материале казахского, ни русского языков ассоциативные поля к указанным концептам: билік – власть, қоғам – общество, жекетұлға- индивид, салт-дәстүр – традиция, мәдениет - культура, дін - религия не были получены до сих пор и, соответственно, не изучались в научном аспекте.

Далее в параграфе приводятся авторам материалы по ряду слов-концептов медиадискурса казахского и русского языков. Нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент. В нем приняли участие более 200 информантов–носителей казахского языка, примерно поровну (по 110) и русского языка (100) мужчин и женщин в возрасте от 23 до 58 лет. Данные подтверждают представления массового сознания, отраженные в ассоциативных полях для одних и тех же слов-стимулов русского и казахского языков. Выбор слов-стимулов определен их вхождением в число базовых концептов политического и медийного дискурса. В значительной мере на выбор нашего исходного материала повлияли концепция и конкретная методика анализа Рут Водак [53, с. 5].

Ниже мы приводим только частотные реакции (до 5 одинаковых реакций) к словам-стимулам, в том числе в их инфографические оформления *власть - билік, общество - қоғам, индивид - жекетұлға, культура - мәдениет, религия - дін*. Пилотный психолингвистический эксперимент проводился по методике свободного ассоциативного эксперимента, реципиентами выступили соответственно кахахи и русскоязычные жители изразных области РК Казахстана с высшим образованием, в гендерном отношении 58 % опрошенных составили женщины, 42 % — мужчины (в среднем по 100—115 информантов в возрасте от 25 до 58 лет, соответственно количество реакций также варьируется

в пределах 115—115 слов; ниже рядом со словом-реакцией указана повторяемость реакции в ассоциативном поле). С прева результаты казахского концепта соответственно высокочастотными реакциями с графической формой. Полные результаты эксперимента на казахском языке приводятся в Приложении Б.

Высокочастотная зонаассоциативного поля концепта Билік выглядит следующим образом:

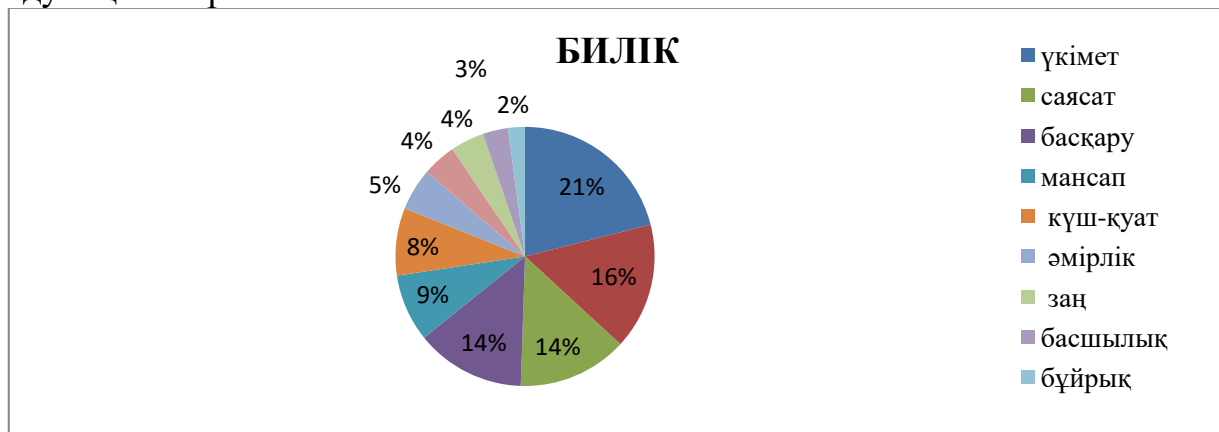


Рисунок 40

Далее следует высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Қоғам:

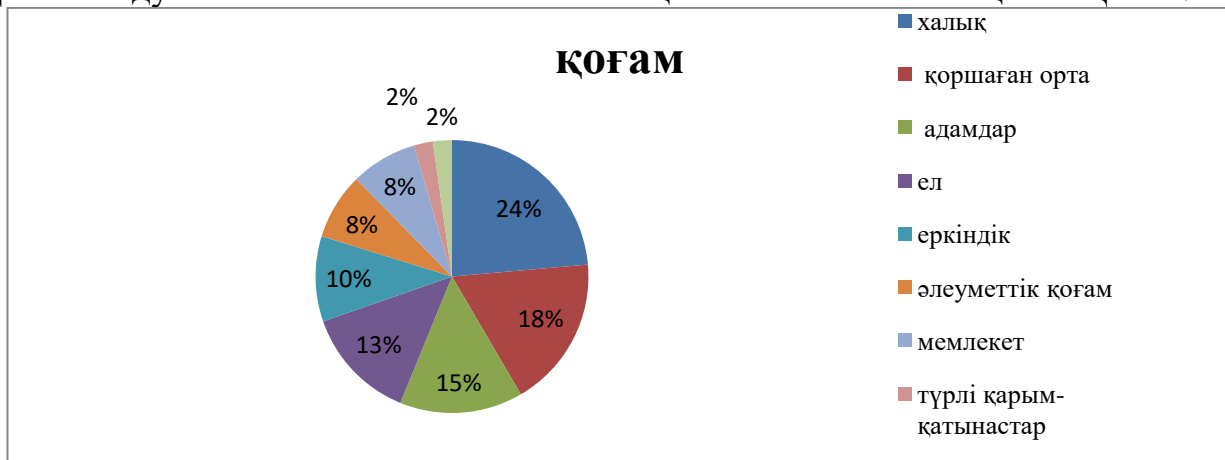


Рисунок 41

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Жеке-тұлға выглядит следующим образом:

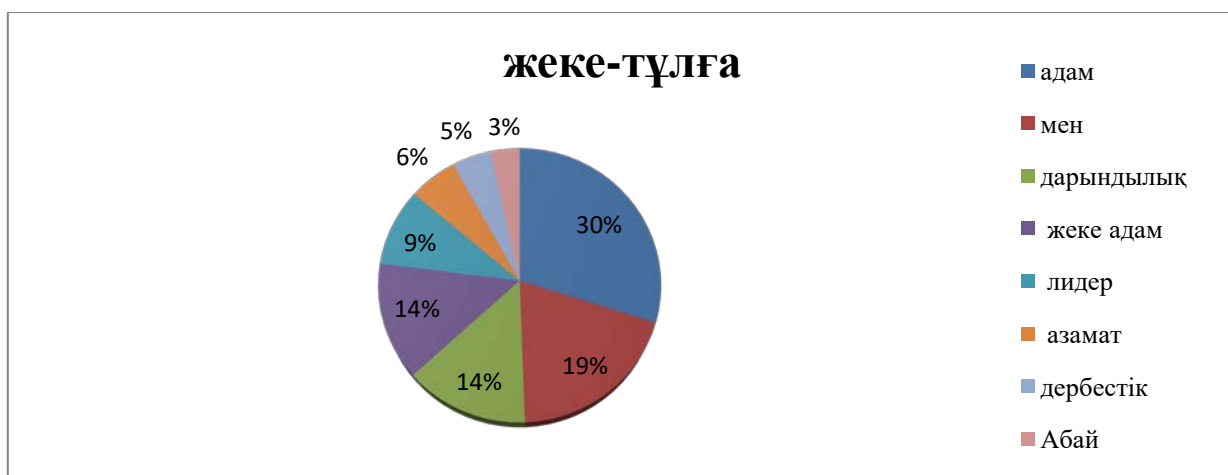


Рисунок 42

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Салт-дәстүр:

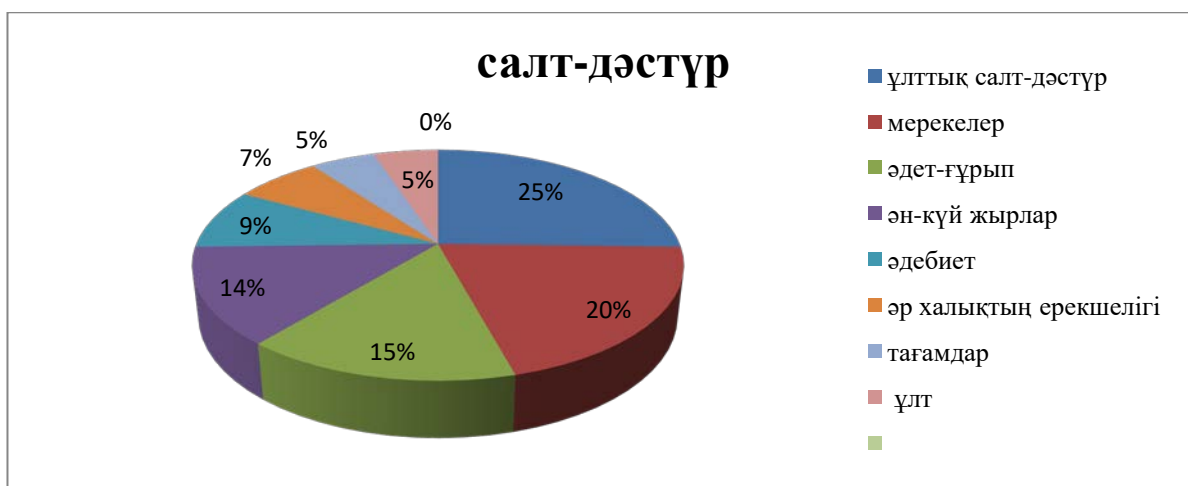


Рисунок 43

Далее следует высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Мәдениет:



Рисунок 44

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Дін выглядит следующим образом:

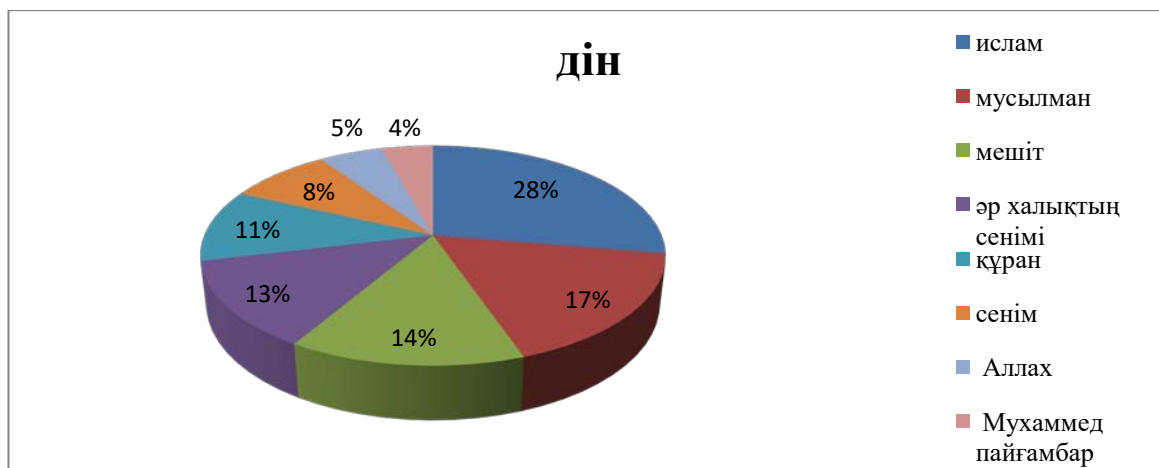


Рисунок 45

На уровне формирования ассоциативного поля, инициируемого и структурированного определенным словом-стимулом, выделяются различные типы связей и взаимоотношений между языковыми единицами. В данном контексте ассоциативная пара (где стимул вызывает реакцию) рассматривается как минимальная единица, а общее множество ассоциаций рассматривается как модель языкового сознания человека. Результаты эксперимента, отраженные в диаграммах, включают различные виды реакций, их количество и процентное соотношение среди респондентов.

Респонденты казахской национальности - говорящие на казахском языке. 115- опрошенных.

Слово – стимулы:

1. "Билік" үкімет(20) – 20%, саясат(13) -13%, басқару(13) – 13%, мансап(8) – 9%;

2. *Қоғам* – халық (21)- 25%, қоршаған орта (16) -19% , адамдар (13)- 15%, ел (12) -14%, еркіндік (9) – 11%;

3. Жеке тұлға - адам(26) - 30%, мен (17) - 19%, дарындылық (12) -15%, жеке адам(8)- 14% , лидер(8) -14%;

4. Салт-дәстүр- ұлттық салт-дәстүр (15) – 24%, мерекелер (12)- 19%, мәдениет (10)- 14%, әдет-ғұрып (9) – 11%, ән-күй жырлар (8)- 8%;

5. Мәдениет- өнер (15)-30%, тәрбие(13)- 22%, дәстүр(9)- 15%, мәдениет(6) - 13%, ұлттық мәдениет(6)- 13%;

6. Дін- ислам (26)- 23%, мұсылман(15) -13%, мешіт(13) – 11%, әр халықтың сенімі(12) -10%, құран(10) – 8%.

Представим результаты эксперимента с русскоязычными реципиентами в РК. Полные результаты эксперимента на русском языке приводятся в приложении Б.

Высокочастотная зонаассоциативного поля концепта Власть:

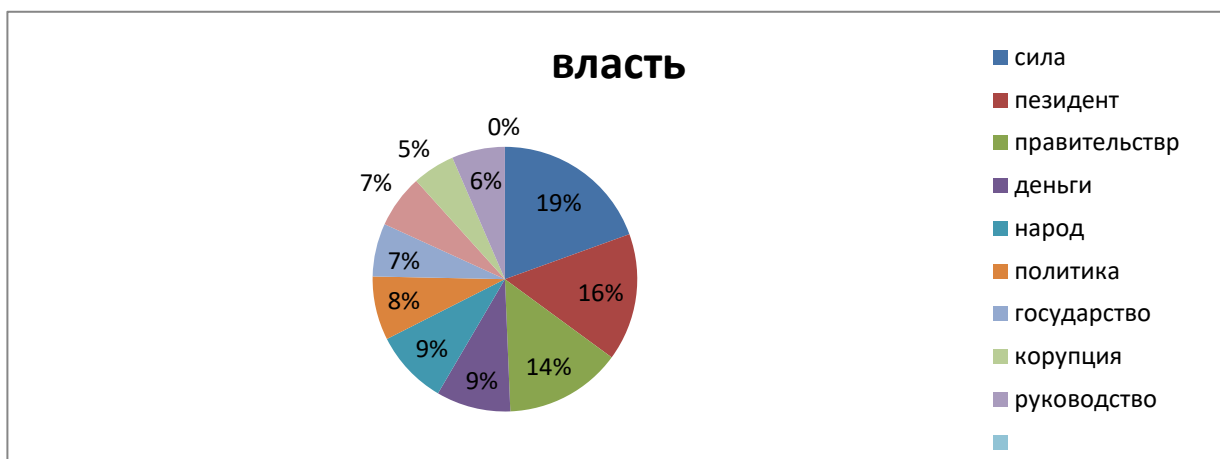


Рисунок 46

Далее следует высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Общество:

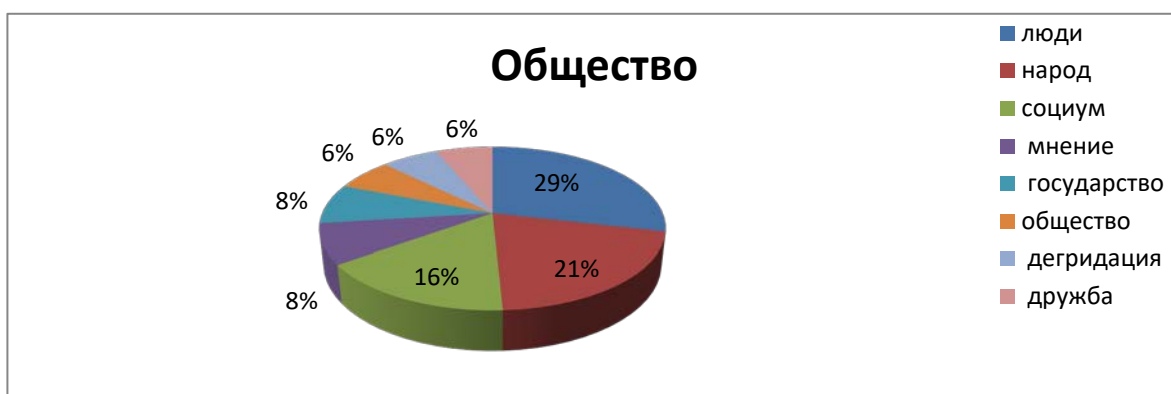


Рисунок 47

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Личность:



Рисунок 48

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Традиция:

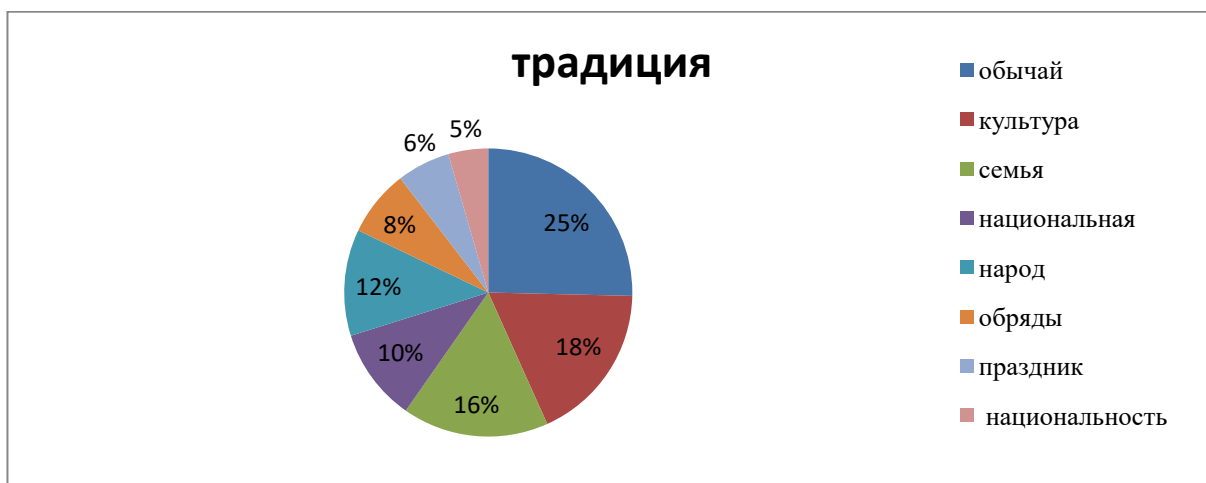


Рисунок 49

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Культура:

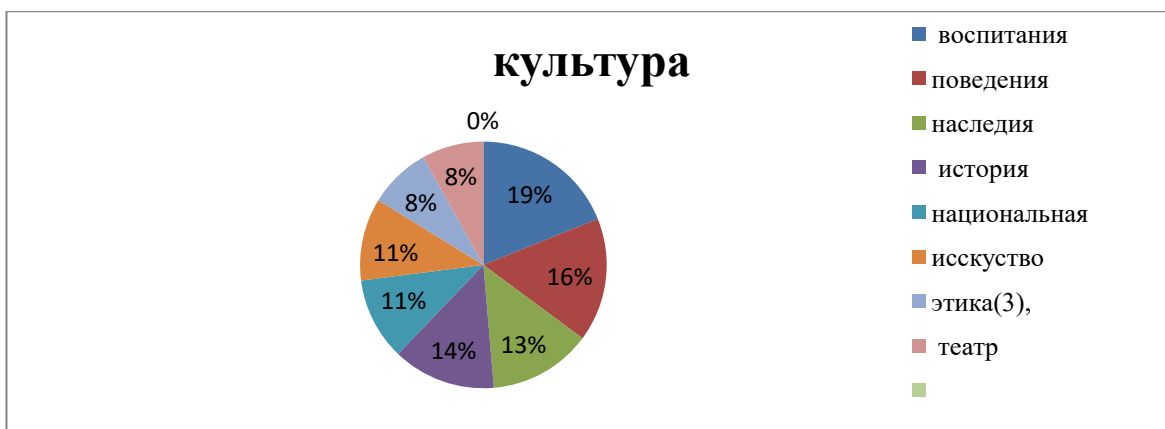


Рисунок 50

Высокочастотная зона ассоциативного поля концепта Религия :



Рисунок 51

В статистическом рассмотрении ассоциативные поля выглядят следующим образом,

1. Власть – сила (15) – 14%, президент (12)- 13%, правительство (11) -9%, деньги (7)- 6%, народ(7)-6%,

2.Общество - люди (18)- 22%, народ (15) -16%, социум (12) -13%, мнение (5)-5%, государство (5)-5%,

3.Личность - человек (38) -35%, индивидуальность (7)-6%, индивид (5)-5%, гражданин(5) - 5%, лицо (2) - 4%,

4.Традиция – обычай (17) - 24%, культура (12)-18%, семья (11)-16%, национальная (7)- 10%, народ (8)-12%,

5. Культура – воспитания (7) - 16%, поведения (6) -14%, наследия (5)-13%, история (5) - 13%, национальная (4) - 7%,

6.Религия – вера (26) - 22%, ислам (15) - 13%, бог (7) - 6%, христанство (6) - 5%, мечеть (5) - 4%, атеизм (5) -4%.

Так, анализ ассоциативных полей на материале современных русского и казахского языков показывает, что в большинстве случаев ассоциации на материале двух языков не просто созвучны, они в равной мере являются «литературоцентричными», полностью следуют из существующего русскоязычного публицистического дискурса. Несмотря на то, что слова-стимулы относятся к идеологической и исторической сфере, ассоциативные реакции на материале двух языков лишены этнического и эмоционального компонентов.

3.3 Сравнительный анализ ассоциативно-вербального представления медиадискурса США и Казахстана

В этом параграфе проводится сопоставительный анализ данных свободного ассоциативного эксперимента с результатами исследования лингвальных сетей медиадискурса на материале концептов (газет “New York Times”, “Жас Алаш”, “Курсив”).

Подобное сопоставление позволяет соотнести образчики массового языкового сознания с профессиональной подачей концептов в журналистических материалах.

Целесообразно сопоставить содержание языкового сознания трех групп испытуемых: респонденты США разных национальностей - говорящие на английском языке, казахи, русскоязычные граждане Казахстана.

Далее будет сопоставлена высокочастотная зона по трем языкам с объяснением полученных статистических материалов.

Таблица 9 - Сопоставительный анализ высокочастотных реакций концепта ВЛАСТЬ

Англоязычные респонденты США	Носители казахского языка	Русскоязычные респонденты Казахстана
Power – president(8), money (8) government (7) control(6) Trump (6) authority(5) dynamic (5) influence (4) force(4).	Билік - үкімет(20) саясат(13) басқару(13) мансап(8) күш-қуат(8) әмірлік(5) заң(4)	Власть - сила(15) президент(12) правительство(11) деньги(7) народ(7) политика(6) государство(5) коррупция(4) руководство(5) контроль(4)

На первом месте по частотности концепту *Power* в группе английских респондентов США стоит реакция «president», в группе казахских и русскоязычных респондентов реакция «президент» стоят на втором месте, на первом месте в группе казахских респондентов реакция «үкімет», а русскоязычных респондентов реакция «сила». Следующую позицию по численности реакции англоязычных респондентов разделяет реакция «money», что от различных факторов, таких как культурные особенности, экономическая система, образ жизни, исторический контекст и т.д. Культурные и общественные ценности также могут играть роль в формировании таких ассоциаций. Можно хрестоматично судить, что для респондентов США богатство может рассматриваться как проявление власти и успешности и лишено хоть какой-то политической подоплеки. Реакции казахов и русскоязычных респондентов в Казахстане на стимул “Власть”, на наш взгляд, могут быть обусловлены различными факторами, включая исторический

контекст, политическую обстановку, социальные явления и личные опыты. Например, у реципиенты казахи концепт «Билік» вызывает реакцию «Үкімет» (15) - 16%, это обусловлено тем, что *үкімет* в массовом сознании является одним из ключевых политических органов в стране. У русскоязычных респондентов реакция к этому же стимулу «сила» (15): ассоциация "власть - сила" может отражать восприятие власти как инструмента для осуществления решений, контроля и воздействия на общество. Также можно заметить такие схожие у двух групп реакции как: "коррупция" может отражать опасения или восприятие коррупции как части политической системы; Такие ассоциации могут быть влиянием социокультурной среды, медийных сообщений и политического опыта респондентов. Также важно учитывать, что восприятие власти может сильно различаться в зависимости от индивидуальных взглядов и опыта каждого респондента.

Таблица 10 - Сопоставительный анализ высокочастотных реакций концепта ОБЩЕСТВО

Англоязычные респонденты США	Носители казахского языка	Русскоязычные респонденты Казахстана
Society- people(9), community(8) culture(6) structure(4) freedom(4) identity(4) self (4) me (4)	Қоғам- халық(21), қоршаған орта(16) адамдар(13) ел(12) еркіндік(9) әлеуметтік қоғам(7) мемлекет(7) түрлі қарым-қатынастың жиынтығы(4) мықты ұжым(4)	Общество- люди(18), народ(15) социум(12) мнение(5) государство(5) общество(4) деградация(4) дружба(4)

Реакции американцев на стимул "Society" могут быть обусловлены различными факторами, включая культурные, социальные и исторические аспекты общества в США. Американское общество известно своим разнообразием, где существует множество культур, обычаев и социальных групп. Поэтому ассоциации с "people", "community", "culture" отражают стремление к пониманию и поддержанию социокультурного разнообразия. Ассоциации с "freedom" могут быть связаны с акцентом на индивидуальных правах и свободе в американском обществе.

Таблица 11 - Сопоставительный анализ высокочастотных реакций концепта ЛИЧНОСТЬ

Англоязычные респонденты США	Носители казахского языка	Русскоязычные респонденты Казахстана
Individual – independence(8) democracy (7) freedom (6) rights (5) person(5) me (4) responsibility (4)	Жеке тұлға - адам(26) мен(17) дарындылық(12) жеке адам(8) лидер(8) азамат(5) дербестік(4)	Личность - человек(38), индивидуальность(7) индивид(5) гражданин(5) лицо(4) мнение (4) Назарбаев(4)

Реакции американцев на стимул "*Individual*" подчеркивают ключевые аспекты, которые важны в американском обществе и культуре. Первое местоданной ассоциаций - это *Independence* (независимость), указываетна важность индивидуальной автономии и способности принимать решения независимо от внешних воздействий. Реакция *Democracy* (демократия - 2) свидетельствует о том, что индивиды видят свою роль в рамках демократических процессов и ценят участие в формировании общественных решений, что касается ассоциации *Freedom* (свобода - 2), это указывает на важность индивидуальных свобод и прав в американском обществе. и тд. В целом, эти реакции подчеркивают ценности индивидуализма, свободы и ответственности в американской культуре, где поддерживается идея уважения прав и свобод каждого человека.

Таблица12 - Сопоставительный анализ высокочастотных реакций концепта ТРАДИЦИЯ

Англоязычные респонденты США	Носители казахского языка	Русскоязычные респонденты Казахстана
Tradition – family (7) holidays (6) customs (5) Thanksgiving (5) belief (4) culture (4) food (4)	Салт-дәстүр- ұлттық салт-дәстүр(15) мерекелер(12) мәдениет(10) әдет-ғұрып(9) ән-күй жырлар(8) Әдебиет (6) ережелер(5) әр халықтың ерекшелігі(4)	Традиция- обычай(17) культура(12) семья(11) национальная(7) народ(8) обряды(5) праздник(4).

Ассоциации американцев с концептам "*tradition*" представляют собой многогранный взгляд на общественные, семейные и культурные аспекты. Вот интерпретация некоторых ключевых ассоциаций: *Family*: Традиции часто связаны с семейными ценностями и практиками. Для многих американцев семейные традиции играют важную роль в поддержании связей и передаче наследия. *Holidays* : Многие традиции связаны с праздничными событиями, и американцы могут ассоциировать "*tradition*" с обычаями и ритуалами, связанными с празднованием. *Customs*: Это может включать в себя различные повседневные или церемониальные практики, которые передаются из

поколения в поколение. Heritage: Традиции могут быть важной частью культурного наследия, передаваемого от предков к потомкам. Values: Традиции часто отражают ценности общества, формируя базовые принципы, которые считаются важными. Эти ассоциации отражают богатство и значимость традиций в американском обществе, охватывая как семейные, так и культурные аспекты.

У казахских респондентов концепт *Салт-дәстүр* ассоциируется с "Ұлттық салт-дәстүр" переводится как "национальные традиции". Эта ассоциация подчеркивает важность традиций для казахской национальной идентичности и культурного наследия. Ұлттық құндылықтар, это выражение переводится как "национальные ценности". Здесь подчеркивается соотношение традиций с ключевыми ценностями общества. У русскоязычных респондентов реакции также совпадают. Ассоциация с "*традиция*" указывает на представление традиций как устоявшихся практик и поведенческих стандартов. Традиции часто связаны с семейными ценностями и обычаями, что подчеркивается ассоциацией с "семьей". *Традиции* рассматриваются в контексте сохранения национальной идентичности. Упоминание ценности указывает на важность традиций в общественном сознании. Ассоциации среди казахов и русскоязычных респондентов подчеркивают важность традиций в формировании культурного наследия, укреплении национальной идентичности и поддержании социальных обычаев и обрядов (таблица 13).

Таблица 13 - Сопоставительный анализ высокочастотных реакций концепта Культура

Англоязычные респонденты США	Носители казахского языка	Русскоязычные респонденты Казахстана
Culture- Identity (8) religion (7) community (6) art (5) family(5) language(4) history (4) way of life(3).	Мәдениет- өнер(15), тәрбие(13) дәстүр(9) мәдениет(6) ұлттық мәдениет(6) қоғам(6) этика(5) киіз-үй (4) домбыра (4)	Культура - воспитания(7), поведения(6) наследия(5) история(5) национальная(4) искусство(4) этика(3) театр(3).

Ассоциации американцев с темой "*Culture*" представляют собой многогранный взгляд на различные аспекты культурной среды, а также соответствует с ассоциациями концептов *Tradition*. Культура играет важную роль в формировании личной и коллективной идентичности. Американцы ассоциируют культуру с тем, как она определяет их собственную личность, Identity, Religion вероисповедание влияет на традиции, ценности и обряды являются важной частью культуры, Art - будь то визуальное, музыкальное или

литературное, является важным выражением культурных ценностей и традиций. Family - культура влияет на семейные традиции, обычаи и ценности. Семейная динамика часто пропитана культурными элементами. и тп. Культура для американцев не только отражение исторического прошлого, но и живое выражение их идентичности, ценностей и образа жизни.

По отношению к респондентам Казахстана ассоциации другие.

В обоих случаях выделяется важность культуры в формировании идентичности, ценностей, традиций и образа жизни.

Таблица 14 - Сопоставительный анализ высокочастотных реакций концепта Религия

Англоязычные респонденты США	Носители казахского языка	Русскоязычные респонденты Казахстана
Religion –Faith (8)	Дін- ислам(26)	Религия - вера(26)
Christianity (6)	мусылман(15)	ислам(15)
religion (5)	мешіт(13)	бог(7)
family (4)	эр халықтың сенімі(12)	христианство(6)
God (4)	құран(10)	мечеть(5)
History (4)	сенім(8)	атеизм(5)
Jesus(4)	Аллах(5)	буддизм(4)
Muslim(4)	Мухаммед пайғамбар(4)	всевышний(4)

Реакции американцев на стимул "Religion" (Религия) отражают разнообразие верований и идентификации с конкретными религиозными аспектами: Faith (Вера - 7)- отражает общий аспект религии, который связан с верой в высшие силы и духовные убеждения.

Реакции казахов и русскоязычных респондентов на стимулы "Дін" и "Религия" отражают важность религиозных аспектов в культуре и идентичности обеих групп.

У русскоязычных респондентов эти ассоциации: Вера (26), Ислам (15): Отражают важность религиозной веры и идентичности христианства и ислама среди русскоязычных респондентов. Христианство (6), Церковь (2), Православие (2)- это влияние христианской религии и ее конкретных течений среди русскоязычных. В целом, эти реакции свидетельствуют о том, что религия играет важную роль в формировании культурных идентичностей как среди казахов, так и среди русскоязычных респондентов.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

В целом ассоциативные поля респондентов Казахстана схожи по составу, но различаются рангами наиболее частотных ассоциаций.

Результаты сопоставительного анализа выше указанных концептов двух стран, США и Казахстана разные. Эти ассоциации отражают влияние социокультурной среды, медийных сообщений и политического опыта респондентов. Но важно отметить, что восприятие власти и других концептов

может сильно различаться в зависимости от индивидуальных взглядов и опыта каждого человека.

В Казахстане по результатам ассоциаций концепта "власть", подчеркиваются ценности многообразия, образования, индивидуальных свобод и семейных ценностей. Это может отражать стремление к разнообразию в обществе, признание важности образования, поддержку индивидуальных свобод и уважение к семейным ценностям.

В США реакции на слово "власть" подчеркивают ценности индивидуализма, свободы и ответственности. В данном контексте поддерживается идея уважения прав и свобод каждого человека, что отражает культурные ценности американского общества. Относительно традиций, упоминание ценности свидетельствует о важности традиций в общественном сознании. В Казахстане традиции рассматриваются как средство сохранения национальной идентичности. В США традиции также признаются и уважаются, но в контексте укрепления общенационального культурного наследия. Ассоциации среди казахов и русскоязычных респондентов подчеркивают важность культуры в формировании идентичности, ценностей, традиций и образа жизни. В обоих случаях подчеркивается роль религии в формировании культурных идентичностей и поддержании социокультурных особенностей.

Далее приводится сопоставление зонывысокочастотных реакций концептов медиадискурса в их семантикелингвальных сетей. Как семантика лингвальных сетей отражена в высокочастотную реакцию на *Власть*, то есть какие аспекты власти чаще всего упоминаются в газетных текстах. Определенные термины и их ассоциированные эмоции могут предоставить понимание того, как различные группы людей реагируют на власть или влияние. Рассмотрим каждую категорию: Высокочастотная реакция концепта Power : president (8)- 20%; dynamic (6) -13%; government (6) – 13%, control (6) – 13%;

По результатам анализа данный концепт в публикациях New York Times структурируются с помощью сети. Это и есть концептуальная модель, в которой информация упорядочивается и структурируется с использованием сети. Каждый уровень концептуальной иерархии представлен сетью, где узлы содержат информацию и представляют отношения между узлами. В этой модели информация представлена пропозициями, которые включают логический субъект (ключевое понятие) и логический предикат (какой-либо признак субъекта). Таким образом, каждая пропозиция представляет собой элементарную концептуальную структуру и оно описывается как "сеть-в-сетях", где каждый домен является сетью парцелл, а каждый парцелл представлен сетью присущих ему признаков. Например коцепт Power представлен следующими парцеллами:

1. President (Президент): жестокий;
2. Government (Правительство)\ Законодательные органы: решительные, заботливые;

3. Government (Правительство) Исполнительные органы: самоуверенные, исполнительные. Совокупно, все эти парцеллы формирует домен *Power*. Если сопоставим высокочастотные реакции и парцеллы только совпадает только 2 реакции – это *government and president*.

На казахском языке ассоциативное поле концепта "*билік*" выстраивается следующим образом: "*Билік*" - (высокочастотные реакции) үкімет (20); саясат (13); басқару (13); мансап (8); күш-қуат (8); әмірлік (5); заң(4); басшылық (4);

Данный концепт в лингвальной сети обобщен следующими парцеллами в медиа текстах "Жас Алаш" и определяется посредством предикатов: 1.Халық: тәуелді, сенімсіз, талапсыз, төзімді; 2.Әкімшілік: үстемшіл, жауапсыз\өзімшіл; 3.Үкімет\заң шығарушы органжауапсыз, батыл \сенімді, 4.Үкімет: атқарушы орган: өздеріне сенімді\самоуверенные, жауапсыз\уайымсыз. В этом случае также совпадают две реакции с предикатами – үкімет және әкімшілік.

У русскоязычных респондентов высокочастотные реакции таковы: Власть – (показали следующие высокочастотные реакции) сила (15); президент (12); правительство (11); деньги (7); народ (7); политика (6); государство (5); коррупция (4); руководство (5); деньги(5); контроль(4); В газетных статьях "Курсив" этот концепт проявлялся такими предикатами как : Государственная власть \президент: зависимый, сильный\влиятельный, авторитарный; Политика \ выборы , Состязания, Народ\ люди : наивные; Партии - зависимые убедительные ,испольнительные\ убедительные. В этой группе совпадают актанты власть, политика, президент, правительство.

Далее сопоставляется частотные реакции концепта *Общество* с семантикой лингвальных сетей и рассматривается и каким образом выявляются основные аспекты, которые чаще всего упоминаются в газетных текстах относительно к данному концепту. На английском языке *Society* (высокочастотные реакции)- *people*(9), *community*(8), *culture*(6), *structure*(4), *freedom* (4), *identity* (4), *self* (4), *me* (4).

В публикациях газеты *New York Times* проявляется такими аспектами *people* (народ): неуверенные, убежденные, запуганные; *youth* (молодежь - студенты): патриоты.

На казахском языке: *Қоғам* (высокочастотные реакции) - халық (21), қоршаған орта (16), адамдар (13), ел (12), еркіндік (9). Представленность этого концепта в публикациях газеты *Жас Алаш* - Халық: тәуелді, сенімсіз, талапсыз, төзімді и оно совпадает с выше указанными ракциями.

На русском языке *Общество*- люди (18), народ (15), социум (12), мнение (5), государство (5). Эти реакции тоже полностью совпадает предикатами, представленными в публикациях газеты "Курсив" .

На материале, полученном от американцев, ассоциативное поле концепта *Individual* (высокочастотные реакции) – *independence* (7), *democracy* (6), *freedom* (6), *rights* (5), *person*(4), *me* (4). Казахские респонденты показали следующие результаты к стимулу *жеке тұлға* (высокочастотные реакции) - адам (26) , мен (17) , дарындылық (12), жеке адам (8) , лидер (8); а русскоязычных респондентов следующие результаты: *Личность* (высокочастотные реакции) –

человек(38), индивидуальность(7), индивид (5), гражданин (5), лицо (5). В медиа текстах в качестве предикатов выступают эти реакции, можно отметить полное совпадение всех компонентов.

Эти концепты англоязычных респондентов проявляются так: *Tradition* (высокочастотные реакции) – family (4), holidays (3), customs (3), belief; 2. **Culture**(высокочастотные реакции) - religion (4), History (2), language, life; 3. *Religion*(высокочастотные реакции) – Jesus (4), God (4), Christianity (3), bible (3), Faith(3).

На материале казахского языка результаты следующие: *салт-дәстүр* (высокочастотные реакции) - ұлттық салт-дәстүр (15), мерекелер (12), мәдениет(10), әдет-ғұрып(9), ән-күй жырлар(8); 2. *Мәдениет* (высокочастотные реакции) - өнер(15), тәрбие(13), дәстүр(9), мәдениет(6), ұлттық мәдениет (6); 3. *Дін* (высокочастотные реакции) - ислам (26), мұсылман(15), мешіт(13), әр халықтың сенімі(12), құран(10). В публикациях газеты Жас Алаш концепты *салт-дәстүр, мәдениет, дін* целом определяется посредством следующих предикатов: өнер қайреткерлері; өнер туындылары; мәдениет мекемелері; ғылым және білім беру орталықтары/ұйымдары; діни орталықтар; діни ұйымдар; бұқаралық ақпарат құралдары. Эти предикаты только дополняют представленные реакции.

На русском языке: 1. *Традиция* (высокочастотные реакции) – обычай (17), культура (12), семья (11), национальная (7), народ (8); 2. *Культура* (высокочастотные реакции) – воспитания (7), поведения (6), наследия (5), история (5), национальная (4); 3. *Религия* (высокочастотные реакции) - вера (26), ислам (15), бог (7), христианство (6), мечеть (5), атеизм (5). В газетных статьях “Курсив” в качестве актантов выступают следующие актанты: Культура, Религия США, Деятели Искусства, Произведения искусства, Учереждения культуры, Центры\организации науки и просвещения, Религиозные центры, Организации СМИ, Религиозные организации.

При анализе высокочастотных реакций в медиадискурсе становится ясным, что общественное восприятие различных сфер власти и социокультурных аспектов является чрезвычайно динамичным и разнообразным. Законодательные органы правительства оцениваются как решительные и заботливые, что может указывать на уверенность в их способности принимать решения и заботиться о благосостоянии общества. Исполнительные органы правительства ассоциируются с самоуверенностью и эффективностью. Народ имеет разнообразные реакции, от неуверенных до убежденных и самоуверенных, что может отражать разнообразие мнений в обществе. Молодежь, особенно студенты, ассоциируются с патриотизмом, что может указывать на их гражданскую ответственность и любовь к стране.

В свете современных тенденций высокочастотных реакций в медиадискурсе становится очевидным, что глубокие корни и влияние традиций, культуры и религии отчетливо проявляются в общественном восприятии.

Бесспорно также и то, что концепты медиадискурса, представленные в

семантике лингвальных сетей, являются только частично массового (зачастую непротипичного) осмысления их в усредненном языковом сознании.

Выводы по 3 разделу

Необходимо указать, что материалы третьей главы, результаты и содержащиеся выводы в ней, дополнили положения и результаты, полученные нами во 2 главе. Концепты, контекстные наполнение которых выявлялось в медиадискурсе в конкретный временной промежуток, рассматривались на новом ассоциативно-вербальном представлении – в ассоциативных полях. Подобное наложение исходных лингвокогнитивных структур на образцы массового языкового сознания трех языков представляется нам важным и имеющим доказательный и объяснительный характер. Такое сравнительное сопоставление позволила увидеть точки соприкосновения массового языкового сознания (представления) с профессионально представленными концептами в медиадискурсе.

Представленные ассоциативные материалы дополняют и уточняют базовые концепты американского медиадискурса. Следует указать, что понятийное наполнение ассоциативных полей шире той семантики, которая обнаруживается в информационном структурировании информации и в семантике лингвальных сетей.

После этого был осуществлен сопоставительный анализ с результатов нашего собственного эксперимента с другим психолингвистическим источником. Наши наблюдения указывают на значительные различия между полученными данными. Мы считаем, что эти различия могут быть обусловлены следующими факторами:

- разные годы сбора ассоциативного материала;
- разный состав информантов: В русском ассоциативном словаре использовались данные от русских информантов в России, в то время как в нашем эксперименте участвовали русскоязычные жители Казахстана. Различия в лингвистическом и культурном контексте могут влиять на ассоциативные связи.
- образовательный критерий при сборе авторских материалов: важным фактором может быть различие в подходе к сбору ассоциативных материалов, особенно то, что в нашем эксперименте учитывались образовательные критерии, которые не были учтены в работе Ю.Н. Караулова.

Представленные ассоциации дополняют и уточняют основные идеи и понятия базовые концепты американского медиадискурса. Важно отметить, что понятийное наполнение ассоциативных полей шире той семантики, которая обнаруживается в информационном структурировании информации и в семантике лингвальных сетей.

При анализе концептуального пространства, как это доказано в работе, важно рассматривать как образцы массового сознания в лингвистическом контексте, так и восприятие этой культуры в психолингвистическом аспекте. Ассоциативные поля, которые мы выявили на материалах трех языков,

помогают установить ведущие когнитивные стратегии и ключевые концепты, которые формируют понимание внешней реальности в медиадискурсе. В американском языковом сознании наблюдается совпадение обобщенного (абстрагированного) и конкретного восприятия концептов, что полностью соответствует ранее выявленному общественно-политическому проекту.

В казахском языковом сознании отмечается исключительно (абстрагированного) обобщенное понимание итоговых концептов, этому свидетельствует результаты эксперимента.

При анализе высокочастотных реакций в медиадискурсе становился ясным, что общественное восприятие различных сфер власти и социокультурных аспектов являлся чрезвычайно динамичным и разнообразным. Законодательные органы правительства оценивались как решительные и заботливые, что может указывать на уверенность в их способности принимать решения и заботиться о благосостоянии общества. Исполнительные органы правительства ассоциировались с самоуверенностью и эффективностью. Народ имеет разнообразные реакции, от неуверенных до убежденных и самоуверенных, отражали разнообразие мнений в обществе. Молодежь, особенно студенты, ассоциировались с патриотизмом, что может указывать на их гражданскую ответственность и любовь к стране.

В свете современных тенденций высокочастотных реакций в медиадискурсе становилось очевидным, что глубокие корни и влияние традиций, культуры и религии отчетливо проявлялись в общественном восприятии.

Бесспорно также и то, что концепты медиадискурса, представленные в семантике лингвальных сетей, являлись только частично массового (зачастую нетипичного) осмысления их в усредненном языковом сознании.

В целом ассоциативные поля респондентов Казахстана схожи по составу, но различались рангами наиболее частотных ассоциаций. Результаты сопоставительного анализа выше указанных концептов двух стран, США и Казахстана разные. Эти ассоциации отражали влияние социокультурной среды, медийных сообщений и политического опыта респондентов. Но важно отметить, что восприятие власти и других концептов сильно различались в зависимости от индивидуальных взглядов и опыта каждого человека .

Бесспорно также и то, что концепты медиадискурса, представленные в семантике лингвальных сетей, являются только частично массового (зачастую нетипичного) осмысления их в усредненном языковом сознании.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Парадигма исследования медийного дискурса, как это представлено в диссертационной работе, предполагает объединение различных подходов, в которых медиа рассматриваются как ключевой элемент и символическая форма передачи информации. В этом контексте методология критических дискурс-исследований предоставляет научный инструментарий для понимания концептуальных аспектов медиадискурса. Взаимодействие междисциплинарных подходов в данном случае возможно на стыке теории ментальности, медиологии и социолингвистических концепций, применяемых при анализе текстов в средствах массовых коммуникаций в США и Казахстане.

Парадигма изучения медийного пространства должна выстраиваться на пересечении фундаментальной и вторичной теории. Только в таком контексте становится возможным проведение точного анализа медиадискурса. В рамках теории когнитивного пространства и теории медиальности был разработан методологический и методический инструментарий, который позволяет исследовать когнитивные стратегии и концептуальное пространство до, во время и после создания медиатекстов.

В данной диссертационной работе доказана необходимость на использования теории критического дискурс-анализа, представляющего собой мультиметодический подход, выходящий за рамки структурного и семантического анализа текстов. КДА, как это выявлено в работе, исследует взаимосвязь между языком, властью, культурой и идеологией, а также их влияние на общество и межличностное взаимодействие.

Междисциплинарный характер и критическая перспектива критического дискурс-анализа (КДА) связаны между собой, поскольку концепция "критики" составляет медиологический фундамент, позволяющий интегрировать исследовательские принципы, методы и методики различных направлений дискурсивных исследований. Кроме междисциплинарной специфики, еще одной не менее важной характеристикой КДА является принцип "критики", то есть то, что критический дискурс-анализ определяется не только как направление дискурсивных исследований, но и как критический взгляд на любые исследования, связанные с ролью языка в передаче знания. Этот подход следует развивать и применять к реальным текстам в медиадискурсе США и Казахстана в наше время. Анализ политического дискурса, в рамках которого существует медиадискурс, является важным инструментом для понимания того, как язык используется в политике и формирует восприятие политических и других вопросов. В рамках парадигмы медийного дискурса применяется междисциплинарный подход с использованием методологии критического дискурс-анализа для анализа концептуального пространства медиадискурса в США и Казахстане.

В общем виде стратификация информационного пространства двух стран представляет собой процесс деления его на различные уровни или категории с учетом различных параметров. В контексте медиальных текстов, такие

параметры могут включать в себя региональное распределение, что приводит к разделению национального, регионального и локального уровней. Это отражает разнообразие интересов и потребностей аудитории в зависимости от их местоположения. Информационное пространство медиатекстов США и Казахстана играет ключевую роль в формировании общественного восприятия и понимания актуальных событий, проблем и тенденций. Для потребителей медиа важно учитывать факторы, влияющие на информационное пространство медиатекстов, чтобы критически оценивать потребляемый контент и формировать обоснованные мнения.

Информацию необходимо моделировать на разных уровнях абстракции, включая в первую очередь концептуальную сферу, домен, парцеллу и концепт. Каждый из этих уровней представляет собой разные аспекты информационного контента, позволяя более глубокий анализ.

Алгоритм проведения исследования включал шесть последовательных этапов. В основном такой анализ состоит из двух уровней: так называемый «анализ на входе», сконцентрированный на тематическом аспекте текстов, и «анализ в глубину», направленный на тщательный и детальный анализ логичности и связности текстов. На входе - концептуально обобщают текст и конкретизируют наиболее важную информацию в нем. Анализ в глубину: анализ жанра, микроструктуры текста, дискурсивных стратегий и схем аргументации, а также других средств лингвистической реализации.

Существуют различия между стилями и методами освещения новостей в американских и казахстанских СМИ. В американских СМИ акцент часто делается на объективности, представлении разных точек зрения и балансе, в то время как в постсоветских странах статьи, выражающие точку зрения автора, могут публиковаться на отдельных страницах, а новостные материалы стремятся к достижению "объективности". Анализ концептуального пространства медиадискурса в каждой стране становится возможным после выявления базовых общественно-идеологических проектов, определяющих политические, социокультурные и лингвокогнитивные характеристики информационного пространства. Данные проекты выявлены и соотнесены в конкретике на материале трех изданий.

В работе было подтверждено влияние общественно-политических проектов на стратификацию информационного пространства. Важно отметить, что, согласно нашим выводам, либеральный проект имеет определяющее значение по отношению к "New York Times". В отношении издания "Жас Алаш" национальный и либеральный проекты представлены в разнопропорциональной степени. По отношению к газете "Курсив" в работе выявлено проявление как евразийского, так и либерального проектов. Важно отметить, что обсуждаемые общественно-политические проекты проявляются в медийном дискурсе исключительно в независимых СМИ, которыми являются все анализируемые нами издания.

Кроме того, концепты прессы, выявленные нами, тесно связаны с указанными общественно-политическими проектами. Эти проекты формируют

концептуальное пространство и оказывают влияние на лингвистическую подачу информации в медиатекстах.

По проведенном анализе выявилось, что ключевые слова заголовков газетных статей напрямую соотносились с ключевыми концептами, представленными в тексте диссертации. Так частотными оказались следующие элементы: Ukraine, Russia, Conflict/War, Putin, Military (военный), Allies (союзники), Sanctions(санкции), Oil (нефть), Diplomatic solutions (дипломатические решения), Civilians (гражданские). Выявленные ключевые слова связанные с продолжающимся конфликтом в Украине и его геополитическими последствиями. Это наглядно подтверждает, что в американской прессе в редакционных статьях больше уделяется внимания новостям международного уровня и политическо-общественной рубрикации.

Необходимо оговорить, что критериями сопоставления трех изданий являлись следующие параметры:

- общий главенствующий для издания общественно - политический проект, который отражается в соответствующей редакционной политике;

- представленность концептов, выделенных нами на основе политологических и медиологических концепций, с тем замечанием, что медиадискурс Казахстана имеет свое проявление в двух языковых проявлениях.

- сходные лингвокогнитивные стратегии концептуального воплощения базовых концептов (тематическая рубрикация, семантика лингвальных сетей).

- каждое из изданий наиболее ярким образом выражает национальные риторические стереотипы в медиадискурсе.

Ключевые концепты, в медиадискурсе США это "power", "individual", "society", "tradition", "religion" и "culture". В казахстанском медиадискурсе это "билік", "жекетұлға", "қоғам", "сал-дәстүр", "дін" и "мәдениет", а также в русскоязычной прессе Казахстана - "власть", "личность", "общество", "традиция", "религия" и "культура". Эти выделенные концепты в американском и казахстанском медиадискурсах, представляют собой домены в лингвистической организации информационного пространства. Они проявляют свои особенности в контексте страноведческого анализа, а их концептуальная онтология выражается через иерархические структуры и идеологическое наполнение. Они служат основой для интерпретации и создания медиадискурса в обеих странах, однако с разными акцентами и особенностями.

В целом, стратификация информационного пространства проявляется как на формальном, так и на содержательном уровнях. На формальном уровне она может быть универсальной, но с различиями в количественных показателях. Однако на содержательном уровне мы видим разные подходы к представлению и интерпретации ключевых концептов в медиадискурсе США и Казахстана.

Информацию, как это было представлено в работе, можно моделировать на разных уровнях абстракции, связанных с углубленным анализом и разделением информационного контента. Эти уровни включают в себя: концептуальную сферу (концептосфера) - это общее информационное пространство, которое подлежит моделированию с учетом тех общественно-политических проектов,

которые нами были выявлены. Домен - это узкоспециализированная область информации в рамках концептуальной сферы, представляющая собой тематически связанный сегмент. Парцелла - это еще более узкоспециализированный участок информации внутри домена, представляющий собой тематически целостный фрагмент. Концепт - это отдельное понятие или элемент, входящее в состав парцеллы и представляющее собой часть информации на этом уровне.

Эти концепты, как было доказано в исследовании, представляют собой домены в лингвистической организации информационного пространства. Они были выявлены в информационном пространстве обеих стран и имеют свои специфические особенности в контексте страноведческого анализа, но в то же время являются универсальными для современного информационного общества. Концептуальная онтология этих концептов проявляется через разные иерархические структуры и различное идеологическое наполнение, что в совокупности влияет на лингвокогнитивные аспекты их реализации в журналистском материале или тексте.

Таким образом, можно выявить стратификацию информационного пространства как на формальном, так и на содержательном уровнях. На формальном уровне стратификация может быть универсальной, но различаться количественными показателями. Однако, на содержательном уровне ситуация совершенно иная. В медиадискурсе США стратификация на тематическом уровне отражает разнообразие и общественное восприятие ключевых концептов. В то время как в медиадискурсе Казахстана мы видим упрощенный способ представления и интерпретации этих концептов.

Структурирование ключевых концептов американского медиадискурса отличается высокой информационной насыщенностью, которая также учитывает лингвоэстетический аспект. В американском медиадискурсе преобладает объективный подход в когнитивной репрезентации информации. С другой стороны, в казахстанском медиадискурсе субъективный подход играет важную роль как основной принцип создания журналистского текста. Казахстанский медиадискурс характеризуется смешением постсоветской и постколониальной идентичностей, которые проявляются в риторических способах представления информации.

Проведенный свободный ассоциативный эксперимент расширяет и уточняет семантику основных концептов американского медиадискурса. Следует отметить, что содержание ассоциативных полей шире той семантики, выраженной в информационной структуре и лингвистических сетях. При изучении концептуального пространства важно рассматривать как создание массовой культуры в лингвистическом контексте, так и ее восприятие в вербальном аспекте. Выделенные ассоциативные поля на трех языках помогают определить ведущие когнитивные стратегии и ключевые концепты, формирующие понимание внешней реальности в медиадискурсе. В американском языковом сознании наблюдается совпадение обобщенного и конкретного восприятия концептов, что полностью соответствует

предварительно выявленному общественно-политическому проекту. В казахском языковом сознании отмечается обобщенное понимание конечных концептов, а в русскоязычном языковом сознании проявляется советская оценка идеологических концептов. Выявленная в исследовании концептуальная онтология находит подтверждение в реальных психолингвистических данных.

Важно подчеркнуть, что семантика ассоциативных полей более широка, чем та семантика, которая проявляется в информационном структурировании материала и в семантике лингвальных сетей.

При анализе концептуального пространства необходимо учитывать как проявление массовой культуры в лингвистическом контексте, так и восприятие этой культуры в психолингвистическом аспекте. Ассоциативные поля, выявленные на трех языках, помогают выявить ведущие когнитивные стратегии и ключевые концепты, формирующие понимание внешней реальности в медиадискурсе. В американском языковом сознании наблюдается совпадение обобщенного и конкретного восприятия концептов, что полностью соответствует ранее выявленному общественно-политическому проекту. В казахском языковом сознании отмечается обобщенное понимание итоговых концептов, а в русскоязычном языковом сознании встречается советская оценка идеологических концептов. Результаты нашего исследования подтверждают концептуальную онтологию, обнаруженную в реальных психолингвистических данных.

В целом ассоциативные поля респондентов Казахстана схожи по составу, но различаются рангами наиболее частотных ассоциаций. Результаты сопоставительного анализа высшее указанных концептов двух стран, США и Казахстана разные. Эти ассоциации отражают влияние социокультурной среды, медийных сообщений и политического опыта респондентов. Но важно отметить, что восприятие власти и других концептов может сильно различаться в зависимости от индивидуальных взглядов и опыта каждого человека .

Бесспорно также и то, что концепты медиадискурса, представленные в семантике лингвальных сетей, являются только частично массового (зачастую непритипичного) осмысления их в языковом сознания.

В свою очередь перспективы дальнейшего исследования мы видим в разработке концептуальное пространство в других массовых и узконаправленных изданиях в соответствии с той методологий лингвистического анализа, которая была представлена в данном диссертационном исследовании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Кун Т. Структура научных революций. – М., 2021. – 285с.
- 2 Луман Н. Реальность массмедиа. - М., 2005. - 146 с.
- 3 Таршис Е.Я. Контент-Анализ. Принципы методологии. – М.,2014. – 140 с.
- 4 Барт Р. Критика и истина. Избр. работы: Семиотика. Поэтика / пер.с фр. - М.: Прогресс, 1989. – 108 с.
- 5 Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. - Азбука-Аттикус, 2015. – 416 с.
- 6 Murasov Jurij. Das unheimliche Auge der Schrift. Mediologische Analysen zu Literatur. Film und Kunst in Russland. - Paderborn: Wilhelm Fink, 2016. - 322 p.
- 7 Murasov Jurij. Das elektrifizierte Wort. Das Radio in der sowjetischen Kultur der 1920er und 30er Jahre. - Paderborn: Wilhelm Fink/Brill,2021. - 277 p.
- 8 Ахатова Б.А. Политический дискурс и языковое сознание. - Алматы: Экономика, 2006. - 302 с.
- 9 Гиздатов Г.Г. Когнитивные модели в речевой деятельности. – Алматы,1997. – 178с.
- 10 Кунанбаева С.С. The modernization of foreign language education: the linguocultural – communicative approach. - United KindomHertfordshire Press,2013. –293 p.
- 11 Fairclough N. Critical discourse analyses // Discourse as social interaction.- London: Sage, 1997. - Vol. 1. - 284 p.
- 12 Дейк ван Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. - Благовещенск, 2000. - 308 с.
- 13 LuhmannN. Die Realitat der Massenmedien. Sozialwissenschaften I GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden 2004. Никлас Луман: Реальность масс-медиа /пер. с нем. А.Ю. Антоновский. - Центр гуманитарных технологий, 2005<https://gtmarket.ru/library/basis/3001> 07.07.2023.
- 14 Алдабергенова А.А.Функциональные и лингвокультурологические аспекты перевода литературы абсурда (на материале переводов романа Дж.Хеллера «Поправка-22»): дис. ...док. PhD. – Алматы, 2022. – 168с.
- 15 George Lakoff and Mark Johnsen Metaphors we live by. - London: The university of Chicago press, 2003.– 193p.
- 16 Fauconnier G. Mental Spaces <http://terpconnect.umd.edu/~israel/Fauconnier-MentalSpaces>. - 2003.
- 17 Жаботинская С.А. Язык как оружие в войне мировоззрений майдан – антимайдан: словарь-тезаурус лексических инноваций Ураина 2013–2014. – Київ: Интернет-издание Сайт УАКЛиП, 2015. – 107 с.
- 18 Жаботинская С.А. Имя как текст // Cognition. Communication. Discourse. – 2013.- №6. - С.47-76.
- 19 Жаботинская С.А. Сетевая семантика: теория и практика//Когнитивные исследования языка. Выпуск XIV. Когнитивная лингвистика: итоги, перспективы. – Москва-Тамбов, 2013 – С. 81-85.

- 20 Newby G. Cognitive space and information space//The Journal of the Association for Information Science and Technology. -2001. - №1. – P. 18-29.
- 21 Fauconnier G., Turner M. The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities. - New York: Basic Books, 2002. – 105 p.
- 22 Эшби У.Р. Введение в кибернетику. - Рипол Классик, 1959. - 432 с.
- 23 Bertalanffy L.Von, General System Theory-A Critical Review. - General Sys-tems, 1962. - Vol. 7. – P. 19-27.
- 24 McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. - N.Y.: Random House, 1967. – 140 p.
- 25 McLuhmann M. The Reality of the Mass Media, Herbert Marshall. Understanding Media: The Extensions Of Man. - McGraw Hill; Reissued by MIT Press, 1994. – 130 p.
- 26 McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. - Toronto: University of Toronto Press, 1962. – 111 p.
- 27 McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. - N.Y.: McGraw Hill, 1964. – 102 p.
- 28 Тимашков Ю.К истории понятия интермедиальности в зарубежной науке. – М., 2000. – 128 с.
- 29 Буренина-Петрова О.Д., Гиздатов Г.Г. Теория медиальности и современная практика. - Алматы, 2015. – 136 с.
- 30 Луман Н. Медиа коммуникации (Общество общества). – М.: Логос, 2005. - Ч. 2. - 280 с.
- 31 Дебрэ Режи. Введение в медиологию. - М., 2009. – 368 с.
- 32 Гачаев Г. Национальные образы мира. - Космо-Психо-Логос; Академический проект, 2015. – 511 с.
- 33 Бахманн-Медик Д. Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре. - М.: Новое литературное обозрение, 2017. - 504 с.
- 34 Алейда Ассман. Новое недовольство мемориальной культурой. - М.: Новое литературное обозрение, 2016. – 232 с.
- 35 Гиздатов Г.Г. Медиадискурс Казахстана: социальные концепты и когнитивные стратегии // Медиаобразование. Media Education. - 2015. - №4. - С. 55-63.
- 36 Гиздатов Г.Г. Дискурс идентичности в медийном пространстве современного Казахстана // Политическая лингвистика. - 2019. - №1(73). - С. 127-133.
- 37 Ислам А. Мироззренческие концепты: лингвокультурный анализ // IBAD Sosyal Bilimler Dergisi. IBAD Journal of Social Sciences. - 2008. - №1. - С. 263-270.
- 38 Ерсултанова Г.Т. Публицистикалық дискурстағы тілдік тұлға (қазіргі қазақ баспасөз материалдары негізінде): филос. док. (PhD) ... дис. – Алматы, 2020. – 185 б.
- 39 Исакова Н. Когнитивно-прагматические аспекты оценки в социально-общественном британском медиадискурсе: дис. ... док. филос. (PhD). – Алматы, 2021. – 171 с.

- 40 Скрипникова А.И. Лингвокогнитивный аспект исследования языка СМИ (на материале полиязычной казахстанской прессы: дис. ...док. филос. (PhD). – Алматы, 2015. – 158с.
- 41 Аймагамбетова М.М. Функционирование трансформированных фразеологизмов в заголовках казахстанских газет и новостных сайтов: дис. ...док. филос. (PhD). – Алматы, 2018. – 207 с.
- 42 Кожаметова А.С. Репрезентация аксиологической семантики в языке казахстанской прессы: дис. ...док. филос. (PhD). – Алматы, 2022. – 206с.
- 43 Ибраева Г.Ж. Экспертная оценка медиапространства Казахстана. – Алматы, 2000. – 150 с.
- 44 Lasswell H. The Structure and the Function of Communication in Society. The Process and Effects of Mass Communication. - Chicago, 1971. - P. 40.
- 45 George Lakoff and Mark Johnsen. Metaphors we live by. - London: The university of Chicago press, 2003. – 193p.
- 46 Fairclough N. Critical discourse analyses // Discourse as social interaction.- London: Sage, 1997. - Vol. 1. – P. 284.
- 47 Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. – Изд. 2-е., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. - 352 с.
- 48 Чудинов А.П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика. – М., 2012. – Вып. 2(40). – С. 53–59.
- 49 Wodak R. Aspects of critical discourse analysis // ZfAL. - 2002. - №36. – P. 18-27.
- 50 Гройс Б. Коммунистический постскрипtum / пер. с нем. Андрея Фоменко. - М.: Ad Marginem, 2007. - 128 с.
- 51 Гусейнов Г. Языковые политики и масс-медиа в РФ и сопредельных странах поздней советской и постсоветской эпохи. - М.: Три квадрата, 2022. – 107 с.
- 52 Матисон Д. Медиа-дискурс: анализ медиа-текстов. Исследования культуры и медиа. - Харьков: Гуманитарный центр, 2000. - 264 с.
- 53 Водак Р. Политика страха. Что значит дискурс правых популистов? - Харьков: Гуманитарный центр, 2018. - 404 с.
- 54 Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине: по ту сторону власти, знания и сексуальности. Работы разных лет. - М.: Касталь, 1996. – 104 с.
- 55 Гиздатов Г.Г., Сопиева Б.А. Дискурс и идентичность в медиальном пространстве Казахстана // Вестник КазНУ имени Аль-Фараби. Серия филологическая. - 2017. - №3(167). – С. 132-135.
- 56 Норузова Г.Б. Лингвопрагматическая специфика юридического медиадискурса (на материале английского и русского языков): дис. ...док. филос. (PhD). – Алматы, 2018. – 168с.
- 57 Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. - М.: Либроком, 2013. - 352 с.
- 58 Teun A. van Dijk Ideology and discourse. A Multidisciplinary Introduction Pompeu Fabra University. – Barcelona, 2000. – 129 p.

- 59 Fairclough Norman. *Media Discourse*. - London: Edward Arnold, 1995. - 378 p.
- 60 Марков А.В. Постмодерн культуры и культура постмодерна. Лекции по теории культуры. – М.: РИПОЛ классик, 2018. - 256 с.
- 61 Марков А. Критическая теория. - Рипол-Классик, 2021. - 288 с.
- 62 Ten Alexandr Von Gabe. *Gift und Zivilisation*. - Springer VS Wiesbaden, 2022. – 135 p.
- 63 Абилкаиров А. Discursive framing manipulation through social media and public statements by the authoritarian regime: the case of Kazakhstan. – 2020. – 105 p.
- 64 Курамбаев Б. Bribery and Extortion in Kyrgyz Journalism or Simply Profitable Profession? // *Asia Pacific Media Educator*.- University of Wollongong: Australia SAGE Publications, 2017. - Vol. 27, №1. – P. 1–16.
- 65 Kurambaev B. An Investigation of Journalists' Job Satisfaction in Bishkek, Capital of the Kyrgyz Republic // *Central Asian Affairs*. – 2019. - №6. – P. 47-67.
- 66 Курамбаев Б. Почему журналисты Центральной Азии скрывают свои имена eurasianet.org. - 2023 <https://russian.eurasianet.org> 17.08.2023.
- 67 Гусейнов Г. Языковые политики и масс-медиа в РФ и сопредельных странах поздней советской и постсоветской эпохи. - М.: Три квадрата, 2022. – 119 с.
- 68 Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // *Вестник Московского университета. Журналистика*. - 2006. -Серия 10, №2. - С. 20-33.
- 69 Солганик Г.Я. Язык СМИ и политика. - Издательство Московского Университета; факультет журналистики МГУ им Л.М. Ломоносова, 2012. – 952с.
- 70 Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. - М.: Ин-т языков. РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. - 656 с.
- 71 Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // *Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки*. –БелГУ, 2010. - №12(83), вып.6.- С. 13-21.
- 72 Дзялошинский И. Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции. – М.: Моск. Центр Карнеги, 2001. – 30 с.
- 73 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
- 74 Хомский Н. Как устроен мир. – М., 2017. – 133 с.
- 75 Брайант Д., Томсон С. Основы воздействия СМИ. – М., 2004. – 148 с.
- 76 Прохоров Е.П. Концептуальные подходы к формированию регионального информационного пространства // *Реферативно аналитический обзор*. – 2020 <http://www.zircon.ru> 04.07.2023.
- 77 Олянич А.В. Презентационная теория дискурса. - Гнозис, 2007. – 407с.

- 78 Байгожина А. Казахские и русские газеты республики: непересекающиеся миры параллельных культур. Культура и СМИ: проблемы взаимодействия. – Алматы: Кредо, 2000. - С.36-43.
- 79 Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/about/press/> 01.04.2023.
- 80 the NNA\NNAF newspaper community <https://www.nna.org/> 08.09.2023.
- 81 The New York Times <https://www.nytimes.com/section/todayspaper> 04.08.2023.
- 82 Печатные СМИРК <https://www.election.gov.kz/rus/sved-o-razm-opl/pech-smi.php> 03.05.2023.
- 83 Газета Жас Алаш <https://zhasalash.kz/> 02.08.2023.
- 84 Газета Курсив <https://vlast.kz/novosti/31252-gazeta-kursiv-stala-kommerceskim-partnerom-the-wall-street-journal.html> 11.05.2023.
- 85 Единая платформа интернет-ресурсов <https://www.google.com/search?q=GOV.KZ&oq=GOV.KZ&gs> 09.05.2023.
- 86 Ибраева В. Искусство Казахстана: Постсоветский период. - Алматы: Тонкая грань, 2014. - 144 с.
- 87 Гиздатов Г.Г. Дискурс идентичности в медийном пространстве современного Казахстана // *Political linguistics*. – 2019. - №1(73). - С.127-133.
- 88 Жас Алаш <https://zhasalash.kz/> 14.08.2023.
- 89 Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. - М.:Флинта: Наука, 2008. - 264 с.
- 90 Zhabotyńska S. Emotive speech acts and their discourse modifications in the literary text // *Discourse and Interaction*. – 2020. - Vol. 13. - P. 113-136.
- 91 Zhabotyńska S. Ukraine - EU relations: verbal narratives, images and perceptions // *Cognition. Communication. Discourse*. – Kharkiv, 2018. - №17. - P. 118-140.
- 92 Chomsky N. Media Control, Second Edition: The Spectacular Achievements of Propaganda. - New York: Seven Stories Press, 2002. - 103 p.
- 93 Степанов Ю.С. Язык и метод к современной философии языка. Языки русской культуры. – М., 1998. - 444 с.
- 94 Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику. Курс лекций. - Тамбов: Издательский дом ТГУ им.Г.Р.Державина, 2014. - 236 с.
- 95 Милославский И.Г. «Цель» как характеристика лингвистического исследования // *Вестник Московского университета. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. - 2017. - Серия 19, №1. - С.9-21.
- 96 Автономова Н.С. Познание и перевод. Опыты философии языка. - М.;СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2017. – 678 с.
- 97 Жаботинская С.А. Сетевая семантика: теория и практика. Когнитивные исследования языка: Когнитивная лингвистика: итоги, перспективы. – М., 2013. - Вып. 14. – С. 81-86.
- 98 Чабан Н. Political images and perceptions at the interdisciplinary crossroads // *Cognition, communication, discourse*. – 2018. – №17. – P. 13–23.

- 99 Вальчук Г.В. Языковое воплощение концепта "Европейская интеграция": семантико-когнитивный аспект (на материале англоязычных документов и публикации газеты The Times): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 2003. – 273 с.
- 100 Clausner T. C. Domains and image schemas / T.C. Clausner, W. Croft // Cognitive Linguistics. – 1999. – No 10/1. – P. 1 – 31.
- 101 Langacker R.W. Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar. - Berlin, 1990. - 383 p.
- 102 Kent G., Rozanoff A. A study of association in insanity: I. Association in normal subjects// American Journal of Insanity. - 1910. - №67. – P. 19-24.
- 103 Kiss D. The Associative Thesaurus of English. - Minnesota, 1972. – 144 p.
- 104 Postman L., Keppel G. (eds.). Norms of Word Association. – New York; London: Academic Press, 1970. – 943 p.
- 105 Rosenzweig M.R. Comparisons among word-association responses in English, French, German and Italian // American Journal of Psychology. - 1954. – Vol. 74. – P. 12-18.
- 106 Russel W., Jenkins J. The complete Minnesota norms for responses to 100 words from Kent-Rozanoff word association test // Technical Report. - Minnesota, 1954. - №11. – P. 16-28.
- 107 Kurcz I. Polski normy powzeczności skojarzeń swobodnych na 100 słów z listy Kent-Rosanoff’a. Studia psychologiczne. - Warszawa-WrocławKraków, 1967. – 108 p.
- 108 Титова Л.Н. Киргизско-русский ассоциативный словарь. - Фрунзе, 1975. – 135 с.
- 109 Дмитрюк Н.В. Казахско-русский ассоциативный словарь (КРАС–1978). - Чимкент, 1978. - 246 с.
- 110 Виноградова О.Е. Направленный ассоциативный эксперимент в описании семантики слова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. - 2013. - №161. - С. 66-73.
- 111 Курганова Н.И. Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова // Вопросы психолингвистики. - 2019. - №3(41). - С. 24-37.
- 112 Залевская А.А. Значение слова через призму эксперимента. – Тверь: Тверской государственной университет, 2011. – 240 с.
- 113 Гудков Л. Возвратный тоталитаризм. Новое литературное обозрение. – М., 2022. – 816с.
- 114 Копыленко М.М. Избранные труды по языкознанию //В 2 т. - Алматы, 2010. - 444 с.
- 115 Сабитова З.К. Национально-культурная и универсальная составляющая семантики языковых единиц // [Русский язык и культура в зеркале перевода](#). М.: Высшая школа перевода МГУ, 2012. С. 456–461.
- 116 Исмагулова Б.Х. Художественно-драматургическое двуязычие: психолингвистический аспект// Алматы, 2006. – 128с.

117 Мадиева Г.Б., Супрун В. Теоретия и практика ономастики// Алматы, 2015. – Издательство «Қазақ университеті». – 199 с.

118 Свинчукова Г.М. Языковая картина мира русской диаспоры в Казахстане: дис... канд.филол. – М, 2011. – 182 с.

119 Алимжанова Г.М. Сопоставительная лингвокультурология: взаимодействие языка, культуры и человека. – Алматы, 2010. – 300 с.

120 Караулов Ю.Н. Ассоциативный тезаурус современного русского языка // В 3 т. 6 кн. - М.: Помовский и партнеры, 1994.– Книга 1-2, т. 1. - 136 с.

121 Караулов Ю.Н. Ассоциативный тезаурус современного русского языка //В 3 т. 6 книгах. - М.: Институт русского языка РАН, 1996. -Книга 3–4, т. 2. - 129 с.

122 Караулов Ю.Н. Ассоциативный тезаурус современного русского языка //В 3 т. 6 кн. - М.: Институт русского языка РАН, 1998. –Книга 5–6, т. 3. - 128 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Опросная анкета

QUESTIONNAIRE

I

1. Age:
 2. Gender :
 3. Education, specialty:
 4. Nationality:
 5. Occupation:
 6. City of residence:
-

II Write down the first word that comes to mind in connection with this word in ten seconds.

1. Power
 2. Individual
 3. Society
 4. Tradition
 5. Religion
 6. Culture
-

III

1. What media (newspapers, magazines, information-analytical portal) do you constantly use?

2. What media (newspapers, magazines, information-analytical portal) do you occasionally use?

We are grateful for support we are endeavor to bring more useful survey for people who study languages.

САУАЛНАМА

I

- Жасы
 - Жынысы
 - Білімі, мамандығы
 - Ұлты
 - Мамандығы
 - Тұрғылықты жері
-

II

Осы сөзге байланысты бірінші ойға келетін сөзді

- Билік
 - Жекетұлға
 - Қоғам

- Салт-дәстүр
 - Дін
 - Мәдениет
-

III.

1. Қандай бұқаралық ақпарат құралдарын (газеттер, журналдар, ақпараттық-аналитикалық портал) үнемі пайдаланасыз?

2. Қандай бұқаралық ақпарат құралдарын (газеттер, журналдар, ақпараттық-аналитикалық портал) анда-санда пайдаланасыз?

Қолдау көрсеткеніңіз үшін алғыс айтамыз.

ОПРОСНАЯ АНКЕТА

I

- Возраст
 - Пол
 - Образование, специальность
 - Национальность
 - Специальность
 - Место проживания
-

II

Запишите первое слово, которое приходит в голову, в связи с ЭТИМ СЛОВОМ:

- Власть
 - Личность
 - Общество
 - Традиция
 - Религия
-

III.

1. Какими СМИ (газеты, журналы, информационно-аналитический портал) вы постоянно пользуетесь?

2. Какими СМИ (газеты, журналы, информационно-аналитический портал) вы время от времени пользуетесь?

Мы благодарны за поддержку и стараемся сделать опросы более полезными для людей, изучающих языки.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Полные ассоциативные поля концептов медиадискурса

Ассоциативное поле к концепту **Power**

Power – president (8), money (8), government (7), control (6), Trump (6), authority (5), dynamic (5), influence (4), force (4), education (2), politics (2), Bourgeoisie (2), strength, the ability to effect change, corrupts, status, ability, knowledge, money, not money, electricity, femininity, God, strong, parents, influence, leadership, relationships, hierarchies, rule, command, supremacy, decision-making, manipulation, strength, hegemony, autonomy, sovereignty, dominance, persuasion, nothing, house, super hero (93).

Ассоциативное поле к концепту **Society**

Society- people(9), community(8), culture(6), structure(4), freedom(4), identity(4), self (4), me (4), social organization (3), relationships, norms (3), independent (2), individualism (2), information, leader, learning, mind, myself, personal, private, civil, responsibility, rights, help, people, we are, respect, person, American culture, character, community, dialogue, institutions, inviolable, self-realised, solo, membership, interaction, values, collaboration, diversity, equality, democracy, trust, complex, collective, fellowship, connection, group of people, family, unique, (92).

Ассоциативное поле к концепту **Individual**

Individual – independence(9), democracy (7), freedom (7), rights (6), person(5), me (5), individuality (5), responsibility (4), personal identity (4), uniqueness (3), self-expression (3), independent (2), achievement (3), your vision, your talents and skills, me, responsibility, solo, equality, individualism, self-reliance, opportunity, success, personal responsibility, distinctiveness, personal growth, self-improvement, choice, individual rights, self-expression, pursuit of happiness, individual liberties, American culture, community, learning, myself, self, trust, viewpoints, welcome, civil, community, unique (93).

Ассоциативное поле к концепту **Tradition**

Tradition – family (8), holidays (8), customs (8), Thanksgiving (5), belief (4), culture (5), history (4), food (4), heritage (4), values(3), old (2), antique (2), differentiation from other countries (2), clothing (2), nation, outdated, patterns, sacred, religious rituals, festivals, ways of dressing, eating, ethnic variations, celebrations, traditional ceremonies, generation, Christmas, Fourth of July, Cultural heritage, strengthen bonds, ancestry, antique, Rituals, Inheritance, norms, folklore, songs, experiences, strength, generations (90).

Ассоциативное поле к концепту **Culture**.

Culture - Identity (8), religion (7), traditions (6), community (6), art (5), family(5), language (5), history (4), customs (4), way of life (3), values (2), diversity (2), dancing, deep-rooted, , ever-changing, exchange, shock, people, race, food, respect, my nation, flags, life style, clothes, different group of people, dynamic

concept, practice, integration, prosperity, habits, ceremonies, music, nation, literature, unique, valuable, war, world, language, rituals, heritage, diversity, community, celebration, folklore, Identity, socialization, creativity, communication, symbolism (94).

Ассоциативное поле к концепту **Religion**

Religion – Faith (8), Christianity (6), religion (5), faith (4), belief (4), family (4), God (4), history(4), Jesus(4), Muslim(2) language (3), Bible (2), life, our history, Way of life, collective, community, tradition, shock, Race, Food, my nation, flags, life style, different group of people, dynamic concept, practice, integration , prosperity, habits, ceremonies, literature, wars, exchange, valuable, identity, ever-changing, deep-rooted, important, indoctrnation, hope, light in the dark, morality, peace, spiritual, tastes differ, thankfulness, heart, restrictions, Orthodox, prayers, prejudice, plagiarism, sacred, devotion, morality (94).

Ассоциативное поле к концепту **Билік**

Билік- үкімет (20), саясат (13), басқару (13), мансап (8), күш-қуат (8), әмірлік (5), заң (4), басшылық (3), бұйрық (2), үстемділік (2), күш (2), Алаш Орда, әділеттілік, , әсер, ер азамат, заңдылықтар, кресло, қоғамның төменгі тобына билік ету ,қуғын, шенеуліктер, жоғары лауазымды тұлғалар, министрлік, парламент, сот, тақ, топ өкілдері (115).

Ассоциативное поле к концепту **Қоғам**

Қоғам- халық (21), қоршаған орта (16), адамдар (13), ел (12), еркіндік (9), әлеуметтік қоғам (7), мемлекет (7), түрлі қарым-қатынастың жиынтығы (2), мықты ұжым (2), әлеумет, бейбіт, билікті өзгертетін күш, демократиялық қоғам, жалақы, жеке тұлға, заң, көпшілік орта, мен және басқалар, түтін, тәртіп, ұйым, , ұсақ бөлшектерден құралған атом, халық құндылықтары, экономика, отбасы, қазіргі (109).

Ассоциативное поле к концепту **Жеке тұлға**

Жеке тұлға – адам (26), мен (17), дарындылық (12), жеке адам (8), лидер (8), азамат (5), дербестік (4), Абай (3), әрбір, білім мен білігі сәйкес адам, бүркіт, даму, дарын, дамуға ұмтылу, жан-жақты, жауапкершілік, куәлік, құқық, мінез-құлық, ақын, шебер, субъект, ерекшелік, индивид, қуатты, жоғары лауазымды тұлғалар (103).

Ассоциативное поле к концепту **Салт-дәстүр**

Салт-дәстүр- ұлттық салт-дәстүр (15), мерекелер (12), мәдениет (10), әдет-ғұрып (9), ән-күй жырлар (8), Әдебиет (6), ережелер (5), әр халықтың ерекшелігі (4), тағамдар (3), қыз ұзату (3), ұлт (3), ұлттық құндылықтар (2), жақсы рәсім (2), ата-баба, адамгершілікке баулитын құрал, әдепті тәрбие, бесік, құрмет, қыз қуу, құрметтеу, қолданбалы өнер, наурыз мейрамы, саз, үлкенге құрмет, халық, сырға салу, қыз ұзату, көкпар, ойын, ою-өрнек, өткен ғасыр (102).

Ассоциативное поле к концепту **Мәдениет**

Мәдениет- өнер (15), тәрбие (13), дәстүр (9), мәдениет (6), ұлттық мәдениет (6), қоғам (6), этика (5), киіз-үй (4), домбыра (4), салауатты өмір сүрудің формасы (3), қазақ (3), ән-би(2), Музыка (2), концерт (2), адамгершілік (2),

казак (2), әдеп, әлеуметтік ортадағы тәрбиенің ерекшеліктері, білім мен тәрбиенің дамуы, жоғары тәрбиелік деңгейі, заттай және рухани ерекшелік, кітапхана, күй- терме, көрегендік, қарым-қатынас, өркениет, тәрбие, тәртіп, сөйлеу мәдениеті, тіл, ұқыпты, Ұлыбритания, фальклор, ұқыпты, дұрыс сөйлеу, театр(104).

Ассоциативное поле к концепту **Дін**

Дін- ислам (26), мұсылман (15), мешіт (13), әр халықтың сенімі (12), құран (10), сенім (8), Аллах (5), Мухаммед пайғамбар (4) ештеңе жазбаған (2), адалдық, наным, сенім, атеизм, бейбітшілікті сүю, жоғарғы күштерден түсінбеушіліктен туындаған ілім, имандылық, құран, намаз, с.ғ.с, тиым салу, тәрбие (108).

Ассоциативное поле к концепту **Власть**

Власть – сила(15), президент(12), правительство(11), деньги(7), народ(7), политика(6), государство(5), коррупция(4), руководство(5), деньги(5), контроль(4) , возможность(2), демократическая(2), пазор(2), управления(2), богатство, воровство, господство, единая , закон, лидер, крепкая, милиция, , мощност, никакая, нерушимая, подчинение, правитель, золото, политическое я, подавление других, трон, приступление, предательство, сайт, трон, государственные органы, контроль (113).

Ассоциативное поле к концепту **Общество**

Общество - люди (18), народ (15), социум (12), мнение (5), государство (5), общество (4), стадо (3), дегризация (2), дружба (2), люди (3), мы (2), толпа (2), влияние (3), традиции (2), банда, воспитание, гражданское, гласност, дружелюбие, друзья,окружающия неосфера, потребители, скопка людей, среда которое мы живем, , социальное, закон, развитое, система, форма объединения людей, часть мира, для всех, замкнутое, культура, разговор, демократическое, хорошее, справедливое, индивидуум, наука, упадок, дружба, право, коллектив, рынок, коммуникация, борьба, помощь, интелегентност, обманутая толпа, управления, разнообразное, приличное, толпа, традиционное, СМИ, цирк (121).

Ассоциативное поле к концепту **Личност**

Личност – человек (38), индивидуальност (7), индивид (5), гражданин (5), лицо (2), мнение (2), Назарбаев (2), Познер (2), персона (2), сила (2), характер (2), я (2), лидер (2), аргын, бог, богатая, будущее, власт, возраст, выдающаяся, вождь, дегризация, знания, круг людей, криативная, личност, людимировозрения, мышления, мнение, оброз человека, образованный волевой человек, осознанност, общество, образования, папа, персона, психология, разный, разум, самооценка, сильная, свобода, сознательная, самореализация, субъек социальных отношений, становление, самостоятелност, статус, темперамент, талант, Трамп, творчествоуважения, уверенность, ум, успешная, художник, харизма, эго(118).

Ассоциативное поле к концепту **Традиция**

Традиция- обычай (17), культура (12), семья (11), национальная (7), народ (8), обряды (5), праздник (4), национальност (2), ценност (2), братство, внушение чужого мнения, воспитание, древняя, давние, день рождения, жизнь,

корни, надо чтить, наследственность, новая, нравы, национальный костюм, новый год, Наурыз, нормы, история, образ, культура, праздники, пожиматия прошлого, разрезание пут, песни, Родина, передача опыта, привычки, поколения, танцы, совещание, свойство, старая, праздник, любовь, тусаукесер, мудрость, саукеле, уважение, шаблоны, соблюдение, бязательство, правила жизни, уважение, память ,юрта, язык(112).

Ассоциативное поле концепта **Культура**

Культура – воспитания (7), поведения (6), наследия (5), история (5), национальная (4), искусство (4), этика (3), театр (3), достижения человека (2), духовность (2), люди (2), богатство(2), высокая культура (2), жизнь, литература, люди (2), народ (2), образования (2), поведение (2), уважения (2), развитие (2), цивилизация (2), Археология, восток, любовь ко всему прекрасному, казахская, миф, народные праздники, нация, образ жизни, поэзия, разновидность, речи, разнообразие, современная, человек, манеры, нравственность, древняя, национальная самобытность, разная, страна, вера в бога, язык, книги, саки, духовная, традиционная, Рим, релегия, статус, грамотное население, интеллигент, ментальность, знания, общество, чистота, опера и балет, русская, будущее, социум, патриот, индивидуальность, юрта, прогресс, дом культуры, достоинства, красота, движение, правила, этика, телевидение(113).

Ассоциативное поле к концепту **Религия**

Религия – вера (26), ислам (15), бог (7), христианство (6), мечеть (5), атеизм (5), будизм (3), всевышний (3), выбор (2), жизнь (2), мировоззрение (4), православия (2), собственная (2), своя (2), храм (2), церковь (2), библия, бомба, война, всенародная, выбор, власть, вероисповедание, воспитание, воспитанность, душа, духовные представления, заповедь, исповедание, Иисус, казахский народ, культ, личный, ложь, мания, мусулманин, мусульманство, миф, манипуляция, молитвенный дом, массовая, нация, ненависть, поп, разные, система взглядов, проблема, страна, террористы, церковь (103).

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Список использованных медиатекстов

Газета “The New York Times”

1. Eddy M. In Turnaround, Germany Vows Military Boost // The New York Times. – 28.02.2022 – No. 59,348
2. Varenikova M. Armed or Not, Villagers Rush to Join Fight // The New York Times. – 28.02.2022 – No. 59,348
3. Hopkins V., Troianovski A., Erlanger S. More Than 350 Civilians Have Been Killed // The New York Times. – 28.02.2022 – No. 59,348
4. Sanger D., Broad W. Putin’s Nuclear Arsenal Rhetoric Pushes Bounds of Brinkmanship // The New York Times. – 28.02.2022 – No. 59,348
5. Goldmacher S. After Partisan Districting, Primaries Matter Most // The New York Times. – 28.02.2022 – No. 59,348
6. Dewan S. Police Train to Step In When Police Step Too Far // The New York Times. – 28.02.2022 – No. 59,348
7. Troianovski A., Nechepurenko I., Ponomarev S. Anxious Russians Feel Sting of Penalties // The New York Times. – 01.03.2022 – No. 59,349
8. Hopkins V., Erlanger S., Schwirtz M. Alarm in Kharkiv — Talks Yield No Progress // The New York Times. – 01.03.2022 – No. 59,349
9. Landler M. Using Commerce and Culture, World Turns Its Back on Russia // The New York Times. – 01.03.2022 – No. 59,349
10. Erlanger S. As War Grinds Into 5th Day, Kremlin Starts Hitting Harder // The New York Times. – 01.03.2022 – No. 59,349
11. Plumer B., Zhong R., Friedman L. Time Is Running Out to Fix Climate, Report Says // The New York Times. – 01.03.2022 – No. 59,349
12. Liptak A. Justices Dispute E.P.A. Power to Curb Emissions // The New York Times. – 01.03.2022 – No. 59,349
13. Schwirtz M., Pérez-Peña R. Moscow and Kyiv Agree to Corridors to Allow Civilians to Evacuate // The New York Times. – 04.03.2022 – No. 59,352
14. Troianovski A., Safronova V. Russia Hushes Last Remnants Of a Free Press // The New York Times. – 04.03.2022 – No. 59,352
15. Schmitt E., Cooper H., Barnes J. Preparedness Aided Ukraine In Stalling Foe // The New York Times. – 04.03.2022 – No. 59,352
16. Hopkins V. On the Slow Exodus West, Ukrainians Find Hardship and Dread // The New York Times. – 04.03.2022 – No. 59,352
17. Hoffman J. Sacklers Strike New Deal to Settle Opioid Suits // The New York Times. – 04.03.2022 – No. 59,352
18. Broadwater L., Feuer A. Trump Ignored Pleas on Election Lies, Panel Says // The New York Times. – 04.03.2022 – No. 59,352

19. Dahir A.L. Drums Resound in Burundi's Culture, but Only Men Can Play // The New York Times. – 06.03.2022
20. Cowley S., Nguyen L. Fraud Is Flourishing on Zelle. Banks Say It's Not Their Issue. // The New York Times. – 06.03.2022
21. Schwirtz M. Outgunned Ukraine Fends Off Attacks // The New York Times. – 07.03.2022 – No. 59,355
22. Sanger D., Schmitt E., Cooper H., Barnes J., Vogel K. Weapons Flow From the West In a Vast Airlift // The New York Times. – 07.03.2022 – No. 59,355
23. Addario L., Kramer A. As Shell Falls, Family's Dash To Safety Ends // The New York Times. – 07.03.2022 – No. 59,355
24. Gettleman J., Pronczuk M. Painful Goodbyes at the Border As Men Stay to Fight Russians // The New York Times. – 07.03.2022 – No. 59,355
25. Rappeport A., Wong E., Shear M. Pressure to Ban Russian Oil — Stocks Sink // The New York Times. – 08.03.2022 – No. 59,356
26. Schwirtz M., Kramer A., Gladstone R. Desperation Grows for Trapped Civilians // The New York Times. – 08.03.2022 – No. 59,356
27. Myers S.L. Walling Off News From West, Putin Claims a Monopoly on Truth // The New York Times. – 08.03.2022 – No. 59,356
28. Varenikova M. Hate for Russia, Dark and Deep, Boils in Ukraine // The New York Times. – 08.03.2022 – No. 59,356
29. Cooper H., Schmitt E., Barnes J. Military Giant Proves Clumsy. Rivals Notice. // The New York Times. – 08.03.2022 – No. 59,356
30. Liptak A. Justices Give Democrats a Win In Two Gerrymandering Cases // The New York Times. – 08.03.2022 – No. 59,356
31. Shear M.D. Biden Bans Russian Oil Over 'Vicious War' // The New York Times. – 08.03.2022 –
32. Shear M.D. Allies Pledge Own Import Curbs; U.S. Companies Pull Operations // The New York Times. – 09.03.2022 – No. 59,357
33. Kramer A.E. On the Front, Kyiv Hospitals Face Horrors // The New York Times. – 09.03.2022 – No. 59,357
34. Landler M., Santora M. Invoking Churchill, Zelensky Vows No Surrender // The New York Times. – 09.03.2022 – No. 59,357
35. Krauss C. No Quick Way for Oil Nations To Offset Lost Russian Output // The New York Times. – 09.03.2022 – No. 59,357
36. Farenthold D.A. F.B.I. Finds 'Massive' Fraud in Food Assistance // The New York Times. – 09.03.2022 – No. 59,357
37. Feuer A. First Jan. 6 Trial Ends in Texas Man's Conviction // The New York Times. – 09.03.2022 – No. 59,357
38. Troianovski A., Kingsley P., Crowley M. Subtle Shift Raises Hopes For a Diplomatic Solution // The New York Times. – 09.03.2022
39. Sang-Hun C. Ex-Prosecutor Wins Presidency in a Deeply Divided South Korea // The New York Times. – 09.03.2022 –
40. Pérez-Peña R. Hospital Hit as Attacks on Civilians Grow // The New York Times. – 10.03.2022 – No. 59,358

41. Kirkpatrick D., El-Naggar M., Forsythe M. For Oligarchs, U.A.E. Softens Sanctions' Bite // The New York Times. – 10.03.2022 – No. 59,358
42. Hopkins V. They Boil Snow for Water, With Death in the Air // The New York Times. – 10.03.2022 – No. 59,358
43. Kramer A.E. Love, Duty, Flight and Death: A Ukraine Family's War Story // The New York Times. – 10.03.2022 – No. 59,358
44. Stevenson A. Hong Kong's Virus Crackdown Stirs Desperation // The New York Times. – 10.03.2022 – No. 59,358
45. Cochrane E. Spending Bill Clears House, Minus Covid Funds // The New York Times. – 10.03.2022 – No. 59,358
46. Smialek J. Inflation Rises At Fastest Clip In 4 Decades // The New York Times. – 11.03.2022 – No. 59,359
47. Pérez-Peña R. Russians Making Gains — Tanks Near Kyiv // The New York Times. – 11.03.2022 – No. 59,359
48. Wong E. China's Role: Reamplifying Kremlin Lies // The New York Times. – 11.03.2022 – No. 59,359
49. Troianovski A. Putin Threatens Takeover of Western Companies // The New York Times. – 11.03.2022 – No. 59,359
50. Wagner J. Baseball and Union Reach Deal, Reviving a Happy Cry: Play Ball! // The New York Times. – 11.03.2022 – No. 59,359
51. Cohn N. Despite All That Gerrymandering, Potential for a Balanced Map / The New York Times. – 11.03.2022 – No. 59,359
52. Stevis-Gridneff M., Sanger D., Gladstone R. Aiming to Limit Russia, Allies Boost Forces Near Ukraine // The New York Times. – 23.03.2022 –
53. Horowitz J., Abrams J., Nechepurenko I. Griner Detention Poses Dilemma For U.S. as Tensions Keep Rising // The New York Times. – 23.03.2022
54. Frenkel S., Thompson S. Moscow and U.S. Far Right Share Talking Points // The New York Times. – 23.03.2022
55. Rashbaum W., Protes B., Bromwich J. Trump 'Guilty,' Ex-Prosecutor Says in Letter // The New York Times. – 23.03.2022.
56. Hulse C., Weisman J. On Hearing's Last Day, Jackson Faces Growing G.O.P. Hostility // The New York Times. – 23.03.2022
57. McFadden R.D. Madeleine Albright, 84, First Female Secretary of State, Dies // The New York Times. – 23.03.2022 – .
58. Ramzy A. China Finds Flight Recorder as Questions About Crash Mount // The New York Times. – 23.03.2022 –
59. Shear M., Stevis-Gridneff M. U.S. and Allies Rally Against Russia in 3 Urgent Summits // The New York Times. – 24.03.2022 –
60. Kramer A.E. In Retaliating, Ukraine Sends Signal to the World // The New York Times. – 24.03.2022 –
61. Hakim D., Broadwater L., Becker J. Wife of Justice Urged Overturn // The New York Times. – 24.03.2022 –
62. Hulse C. A Broken Confirmation Process on Full Display // The New York Times. – 24.03.2022 –

Mays J., Rubinstein D. Adams Relents On Vaccination Of Pro Athletes // The New York Times. – 24.03.2022

64. Shear M.D. In Poland, Biden Highlights Human Toll of Mass Exodus // The New York Times. – 25.03.2022 –

65. Troianovski A., Shear M., Levenson M. Moscow Signals a Change in Its War Goals // The New York Times. – 25.03.2022 –

66. Krauss C. U.S. Makes a Pact With Europe To Reduce Use of Russian Energy // The New York Times. – 25.03.2022

67. Kingsley P. Alliances Shift As Israel Hosts 3 Arab Leaders // The New York Times. – 25.03.2022 –

68. Liptak A. Thomas Urged to Recuse Himself in Jan. 6 Cases // The New York Times. – 25.03.2022 –

69. Goldmacher S., Martin J. G.O.P. Primaries to Gauge Trump's Pull on Party // The New York Times. – 25.03.2022 –

70. Shear M., Sanger D., Levenson M. Rallying Allies, Biden Says Putin 'Cannot Remain in Power' // The New York Times. – 26.03.2022 –

71. Gall C., Prickett I. Signs of Persistent Counterattack Near Kyiv // The New York Times. – 26.03.2022 –

72. Cohen R. The Evolution of an Enigma // The New York Times. – 26.03.2022 –

73. Hakim D., Becker J., Feuer A. Election Texts Shine New Light On Clout Held by Justice's Wife // The New York Times. – 26.03.2022 –

74. Barnes B., Sperling N. Streaming Studios Storm the Oscars, With 'Best Picture' in Reach // The New York Times. – 26.03.2022 –

75. Ismay J., Schuetze C., Levenson M. U.S. Pushes Allies For Ukraine Arms As War Escalates // The New York Times. – 27.04.2022 – No. 59,406

76. Mandavilli A. 60% of Nation Has Had Virus, C.D.C. Reports // The New York Times. – 27.04.2022 – No. 59,406

77. Schwirtz M. Terror in Frontline Villages Under Constant Fire // The New York Times. – 27.04.2022 – No. 59,406

78. Krauss C. Oil Companies, Awash in Profit, B'Fear Opening Spigot for Europe // The New York Times. – 27.04.2022 – No. 59,406

79. Broadwater L., Feuer A. G.O.P. Lawmakers Bolstered Plans to Keep Trump in Office // The New York Times. – 27.04.2022 – No. 59,406

80. Vartabedian R. Costs Soaring As Bullet Train Goes Nowhere // The New York Times. – 10.10.2022 – No. 59,572

81. Corasaniti N. How Local Races Could Help Tilt Direction Of U.S // The New York Times. – 10.10.2022 – No. 59,572

82. Specia M., Schwirtz M., MacFarquhar N. Fear of Reprisal For Bridge Blast Dims Kyiv's Joy // The New York Times. – 10.10.2022 – No. 59,572

83. Gettleman J. American Finds in Ukraine the War He Sought // The New York Times. – 10.10.2022 – No. 59,572

84. Alter A. From Working the Dairy Farm To Owning the Best-Seller List // The New York Times. – 10.10.2022 – No. 59,572
85. Dias E. In Georgia’s Senate Race, Evangelicals Find a Way With Walker // The New York Times. – 10.10.2022 – No. 59,572
86. Cave D. Beijing Uses Coast Guard Like a Navy // The New York Times. – 12.06.2023 – No. 59,817
87. Hubbard B. Censure of Saudi Leader Turns to Handshakes // The New York Times. – 12.06.2023 – No. 59,817
88. Yasir S., Mashal M., Kumar H. In India Train Crash, Most to Die Were the Poor // The New York Times. – 12.06.2023 – No. 59,817
89. Zhong R. The West’s Kingdom of Stone Is Losing River // The New York Times. – 12.06.2023 – No. 59,817
90. Haberman M., Feuer A., Protess B. Notes by Trump’s Own Lawyer Gave a Road Map to Prosecutors // The New York Times. – 12.06.2023 – No. 59,817
91. Cohen R. Still, Shaken Villagers Pin Hopes on Putin // The New York Times. – 13.06.2023 – No. 59,818
92. Jakes L. Drills in Europe Deliver Message for The Kremlin // The New York Times. – 13.06.2023 – No. 59,818
93. Cramer M., Marcius C. R. Sewell, the First Woman to Lead The N.Y.P.D., Is Going to Resign // The New York Times. – 13.06.2023 – No. 59,818
94. Goldstein M. Epstein’s Bank To Pay Victims Of Sex Abuse // The New York Times. – 13.06.2023 – No. 59,818
95. Horowitz J., Donadio R. Italy’s Political Showman, as a Comic or a Villain // The New York Times. – 13.06.2023 – No. 59,818
96. Madigan N., Zaragovia V., Fausset R. On Trump’s Turf, Volatile Politics Means a Complex Jury Pool // The New York Times. – 13.06.2023 – No. 59,818
97. Rashbaum W., Rubinstein D., Rothfeld M. Inquiry Widens As F.B.I. Seizes Adams’s Phones // The New York Times. – 11.11.2023 – No. 59,969
98. Bender M., Goldmacher S. Democrats See Narrower Path To Keep Senate // The New York Times. – 11.11.2023 – No. 59,969
99. Fuller T., Boxerman A., Browne M., Collier N. Gaza’s Hospitals Bear The Brunt As Battles Rage // The New York Times. – 11.11.2023 – No. 59,969
100. Hartocollis A., Saul S. At College, Debating When Speech Goes Too Far // The New York Times. – 11.11.2023 – No. 59,969
101. Sang-Hun C. South Korea Targets ‘Fake News,’ But Journalists Fear Censorship // The New York Times. – 11.11.2023 – No. 59,969
102. Gross J. Desires, and Grumbles, in a Cache of 18th-Century Love Letters // The New York Times. – 11.11.2023 – No. 59,969

Газета “Жас Алаш”

103. 1. «Қайысноқта» (ЖА 04\07.23, 3318 слов. Рубрика- Әдебиет)
104. Ақыш Н. Үркек ауып, түйелер маңып барады // Жас Алаш. – 07.07.2023.
105. Тілепова Т. «Кесік бас – тірі тұлып» хикаятын түрік тіліне

- аудару – үлкен күш жігерді қажет етті // Жас Алаш. – 12.07.2023
106. «Ұлы дала сайыпқырандары» (ЖА 03.08.23, 3326 слов, цел ая страница ,в рубрике – Тарих)
107. Әбдірашұлы Б. Аюпов тұтылды, ал Әбдірахымов... Құттықтайды! // Жас Алаш. – 23.05.2023
108. Қалыбеков А. Көлгінов енді қай көлге қонады? // Жас Алаш. – 15.06.2023
109. Ысқақов Т. Айтарымды-айтайыншы! // Жас Алаш. – 08.02.2022
110. Ақылбай Ә. Әділбек-ау, қойсаңшы енді! // Жас Алаш. – 10.02.2022
111. Шідебай Қ. Бай-бағландар қақпанға түсті // Жас Алаш. – 10.02.2022
112. Әбдірәшұлы Б. Үкімет халықтың табысын арттырғалы отыр// Жас Алаш. - 07.04 2022.
112. Жұматай Е.Кәсіпкерлікті дамытуда мемлекет қандай жұмыстар атқаруда?// Жас Алаш. – 25.03.2022.
113. Нурмахан З.Б. Жастар арасында әскери-патриоттық жұмыстарды күшейту қажет// Жас Алаш. - 26.04.2022.
- 114.Ерсұңқар Е. Азаматтарымыздың құқығын қорғау деңгейі арта түсті//Жас Алаш. - 28.04. 2022.
115. Сайлау Қ., Қуатты елге бәсекеге қабілетті бизнес қажет// Жас Алаш. – 05.05.2022.
116. Сайлау Қ. Қазақтың кеспесі мен жаймасын неге экспортқа шығармасқа?// Жас Алаш. – 07.09.2022.
- 117.Башар Т. Ұлытауға бардың ба? // Жас Алаш. – 02.11.2023
118. Ерсұңқар Е. Кеншілердің зарын Бөлекпаев айттырмайды // Жас Алаш. – 02.11.2023
119. Башар Т. Мақташылар мұңы: Сатыбалды не зауыт салмайды, не субсидия бермейді // Жас Алаш. – 02.11.2023
120. Кемелжан Ж.Байлардың салығына қызыққан Қуантыров «ауқатты» кедейлерге алаңдайды\\Жас Алаш. - 02.11.2023.
121. Башар Т. Тұйықтағы шахта. Инвестор ақталып әлек, ал халық апаттан қорқады // Жас Алаш. – 02.11.2023
122. Ақылбай Ә. Детективке дейінгі жол // Жас Алаш. – 06.11.2023
123. Базарбай Р. МӘМС-тің ащысы мен тұшысы – халық неге наразы? // Жас Алаш. – 18.07.2023
124. Елтаева Б. Ерікті жастардың қоғамға тигізер пайдасы // Жас Алаш. – 01.06.2023
125. Асан А. Сұлтанғазиев, Досаев, Скляр, Сүлейменова... «Барбилерге» бәрібір // Жас Алаш. – 01.08.2023
126. Қонысбай Е. Елордада кезекті еңбек жәрмеңкесі өтті // Жас Алаш. – 16.05.2023
127. Жан К. Тараздың тасы тарих, тауы шежіре шертеді // Жас Алаш. – 15.02.2023
128. Шөке Ж. «9 граммның» 9 тонна салмағы бар // Жас Алаш. – 19.01.2023
129. Башар Т. «Тыйым салынған» музейдегі көрме // Жас Алаш. –

- 10.10.2023 130. Әбілдақызы Қ. Аралас мектеп ана тілімізге жасалған қиянат // Жас Алаш. – 10.01.2023
131. Еркебаева А. Отандық дәрігерлердің шетел мамандарымен тәжірибе алмасуы көбейді // Жас Алаш. – 22.02.2023
132. Күзекбай Е. «Қазақстан» Ресей туы тасасында тұрған жоқ па?! // Жас Алаш. – 18.01.2023
133. Жасұлан Б. «Қазақстандық ұлт»: Тарих қателікті кешірмейді // Жас Алаш. – 08.02.2023
134. Елтаева Б. Өнер мен ғылым екеуін бірдей алып жүру – екі жолмен бірдей жүру // Жас Алаш. – 16.01.2023
135. Кемеңгер Ә. Қуғын-сүргін құрбандарының тарихы әлі де зерттеле береді Жас Алаш. – 16.02.2023
136. Зарыққанқызы Қ. Үкімет ұсынған «Жаңа реформа» халықты қиындықтан құтқара ма?! // Жас Алаш. – 10.02.2022 –
137. Сайт әкімшілігі. "Қаражат экономикаға жұмыс істеуі керек" - Тоқаев банктер бойынша тапсырма берді // Жас Алаш. – 08.02.2022
138. Кемелжан Ж. Жат жұртты жағалағандар... // Жас Алаш. – 02.03.2023
34. Төреханов Ғ. Дінім – дүдәмал, тілім – алашұбар // Жас Алаш. – 11.04.2023
139. Еркебаева А. Сөйле тілім... // Жас Алаш. – 05.05.2023
140. Қонысбай Е. «Елім-ай» дастанына – 300 жыл // Жас Алаш. – 23.06.2023
141. Қонысбай Е. Әуресі көп, ақысы қымбат ХҚКО // Жас Алаш. – 23.06.2023
142. Қаныбек Б. «Күпия құжаттарды дәретханада сақтаған» Трамптың күні не болады? // Жас Алаш. – 15.06.2023
143. Сүлейменқызы А. Киберқылмысты тойтару күшейтілуде // Жас Алаш. – 14.06.2023
144. Қонысбай Е. Құқығың бұзылса, депутатқа айтасың, депутат бұзылса, кімге айтасың? // Жас Алаш. – 26.05.2023
145. Сайт Әкімшілігі. Үкіметте өңірлерді ауыз сумен каму жұмыстары сынға алынды // Жас Алаш. – 22.05.2023
146. Бек К. Ердоған Түркия президенттігіне сайлауда көш бастап тұр // Жас Алаш. – 15.05.2023
147. Елтаева Б. Жамбылда жастарды қолдау жаңаша бағыт алмақ. // Жас Алаш. – 11.05.2023
148. Жолдасбай С. «Аманат» қатты қауіптенбейді, «Ақ жол» аздап алаңдайды // Жас Алаш. – 05.05.2023
149. Зарыққанқызы Қ. Бейсенбек ЗИЯБЕКОВ: Халық өз тағдырымен, үкімет өз мұң-зарымен қалды // Жас Алаш. – 08.05.2023
150. Зарыққанқызы Қ. Жұманғариннің жиналыстары. Бас шұлғитын әкімдер, орындалмайтын тапсырмалар // Жас Алаш. – 01.06.2023
151. Зарыққанқызы Қ. Құрылтайдан құрылтайға дейін... // Жас Алаш. – 23.06.2023
152. Әбдірашұлы Б. Ірі мұнай-газ компаниясы арзан бағамен жекенің

- қолына өтіп кеткен – Үкімет комиссиясы // Жас Алаш. – 25.04.2023
153. Бек К. Қайтқан «активте» қайыр бар ма? // Жас Алаш. – 16.06.2023
154. Зарыққянқызы Қ. 100 қойдан 180 қозы алу синдромы немесе Бейсембаев пен Жақыпов мектепке барады // Жас Алаш. – 08.06.2023
155. Сарыбай Б. «Қарастырып жатырмыз», ал Қазақстан «күйіп» тұр // Жас Алаш. – 16.06.2023
156. Сүлейменқызы А. Өрт әлі өршіп тұр // Жас Алаш. – 29.06.2023
157. Елтаева Б. Жалған ақпарат жарға жығады // Жас Алаш. – 29.06.2023
54. Зарыққанқызы Қ. Шырылдауық шегіртке. Үкіметті Сәтқалиев «синдромы» кезіп жүр // Жас Алаш. – 29.06.2023
158. Қонысбай Е. 1 млн 107 мың қандас һәм атажұрт // Жас Алаш. – 29.06.2023
159. Әбдірашұлы Б. Нарықтық экономикаға халық дайын ба? // Жас Алаш. – 29.06.2023
160. Сүлейменқызы А. Ата кәсіп тіршілік көзі // Жас Алаш. – 29.06.2023
58. Сайт Әкімшілігі. Сайлаушылар басқаларға кешіргенді, бізге кешірмейді – «АМАНАТ» партиясының Төрағасы // Жас Алаш. – 29.06.2023
161. Кәрібаев Б. Алтын Орда қалай күйреді? // Жас Алаш. – .06.2023
162. Сайт Әкімшілігі. Кесенеге кешенді зерттеу жүргізілуде // Жас Алаш. – 30.06.2023
- 163 Бейбіт Сарыбай. Айт күндері // Жас Алаш. – 30.06.2023
164. Бек К. «Аспаз» бүлігі асханадағы келісім бе? // Жас Алаш. – 30.06.2023
165. Сәулебек М. Шымкент өнеркәсіп орталығына айнала ала ма? // Жас Алаш. – 30.06.2023
166. Дәуренбеков Н. Шейіт кеткен жауынгерлер іздеусіз, жоқтаусыз қала ма? // Жас Алаш. – 30.06.2023
167. Сүлейменқызы А. Әкім орынбасары неге жұмыстан кетті? // Жас Алаш. – 30.06.2023
168. Бек К. Түркияда апаттан жараланған Қазақстанның екі азаматына ота жасалды (видео) // Жас Алаш. – 13.07.2023
169. Әбдірашұлы Б. Қорғаныс министрлігі Қазақстан Ресейге әскери техника тасымалдап жатыр деген ақпаратты теріске шығарды // Жас Алаш. – 13.07.2023
170. Сайлау Қ. Ұлытау облысында 2 мың гектар жер өртеніп жатыр // Жас Алаш. – 31.07.2023
171. Елтай Б. Алакөлде ер адамның аяғын гидроцикл жұлып кетті // Жас Алаш. – 31.07.2023
172. Сайт Әкімшілігі. Ресейде дауыл кезінде лагерьді ағаш басып қалды. Сегіз адам қаза тапты // Жас Алаш. – 31.07.2023
173. Раушанұлы Т. 5,7 триллион теңге. Экс вице-министр Тоқтабаевқа қандай айып тағылып отыр? // Жас Алаш. – 31.07.2023
174. Арын Е. Универсиада-2023: Қазақстандық спортшылар 8 медаль жеңіп алды // Жас Алаш. – 31.07.2023
175. Муратбекқызы Б. Грант көп, бәсеке жоқ. Жүк көлігіндегі қарбыздың

- арасынан құны 2,5 млн. доллардан асатын есірткі табылды // Жас Алаш. – 10.08.2023
176. Шөке Ж. Түркістан алыс // Жас Алаш. – 10.08.2023.
177. Раушанұлы Т. Қазақстан Тәліптермен сауда жасай ма? Астанада өтетін қазақ-ауған форумына кім келеді // Жас Алаш. – 31.07.2023
178. Қалмырзаұлы Ж. Әдебиеттегі тыныштық немесе жазу мен жариялаудың арасы. // Жас Алаш. – 10.08.2023
179. Сайт Әкімшілігі. Тоқаев Щучинсктегі баланы құтқарған мектеп мұғалімін өлімінен соң марапаттады // Жас Алаш. – 31.07.2023
180. Сәулебек М. Іскер қала жобасы қалай іске асады.. Конституция күніне орай кімдер бір реттік көмек алатыны белгілі болды // Жас Алаш. – 15.08.2023
181. Ерназар Б. «Түркістанның азаматы деп қуанып қалдық» - Облыс әкімі Қырғыз президенті ат мінгізген ақын туралы // Жас Алаш. – 31.08.2023
182. Сайт Әкімшілігі. Үндістанның «Прагьян» ровері Айда бірнеше химиялық элементті тапты (видео) // Жас Алаш. – 31.08.2023
183. Сайт Әкімшілігі. Жапония премьер-министрі Фукусима теңіз өнімдерінің қауіпсіздігін дәлелдеу үшін жеді (видео) // Жас Алаш. – 31.08.2023
184. Жеңісұлы Е. Көк туым рух береді. // Жас Алаш. – 22.08.2023
85. Кемелжан Ж. Ұранхаевтан жарты айдан кейін жауап келді // Жас Алаш. – 31.08.2023
186. Тұрсынбайұлы Б. Қайта табысқан мәдениет пен ақпарат. // Жас Алаш. – 07.09.2023
187. Ақбергенқызы Ж. Қаржылық сауаттылық төрт бағытта дамымақ. // Жас Алаш. – 07.09.2023
188. Зарыққанқызы Қ. Киікке күйек байлаймыз ба? // Жас Алаш. – 14.09.2023
189. Әлдибек Н. Ұлы дала әкімдері. // Жас Алаш. – 12.09.2023
190. Мұратбекқызы Б. Инклюзивті бизнес қоғам үшін маңызды. // Жас Алаш. – 14.09.2023
191. Ақылбай Ә. Қамшыбек Қоңқабаев Азия ойындарының 1/2 финалына өтті // Жас Алаш. – 10.09.2023
192. Қаппас Қ. Жанармай жыры. // Жас Алаш. – 19.09.2023
193. Баба А. С5+1. АҚШ Орталық Азиядағы үстемдікке таласа ма? // Жас Алаш. – 21.09.2023
194. Оразалин Н. Ұлт тарихын ту еткен... // Жас Алаш. – 21.09.2023
195. Башар Т. Оралда зейнеткерді тонаған азамат ұсталды // Жас Алаш. – 31.10.2023 –
196. Тұрсынбайұлы Б. Өркендеу мен құлдырау траекториясы. // Жас Алаш. – 26.10.2023
197. Тұрсынбайұлы Б. Шәкәрімнің халыққа оралуы. // Жас Алаш. – 03.10.2023
198. Серәлі Ә. Теңіз ем.... Тамшы болдым, таисың ба? // Жас Алаш. – 03.10.2023
199. Атай Ш. Улытауда тарихқа жол ашуда. // Жас Алаш. – 05.10.2023 –
200. Башар Т. Қостанай облысында әйел екі баласымен газ тиіп қаза болды

// Жас Алаш. – 31.10.2023

201. Шөке Ж. Анаға тағзым. Нәлібаевтың шете елді бағындыру жоспары. // Жас Алаш. – 10.10.2023

202. Баба А. Соғыстың бірә - жеңіліс. Жаһан көз тіккен қоршаудағы Газа. // Жас Алаш. – 12.10.2023 –

203. Башар Т. Еврейлер есік қағып тұр. БҰҰ-ны тыңдамайтын Израиль әскері Газаға кірді // Жас Алаш. – 31.10.2023 –

204. Ділдәбек Б. Әкімдік ақша қимайды. // Жас Алаш. – 12.10.2023

205. Ерболқызы А. Ғасырлық тарихы бар мекен. // Жас Алаш. – 12.10.2023

206. Зарыққанқызы Қ. Жасанды Интелект те қыр жағалап кетпесе. // Жас Алаш. – 17.10.2023

207. Башар Т. Өңірлердің дамуы халықтың жағдайының жақсаруына оң әсерін тигізеді // Жас Алаш. – 24.11.2023

208. Мұратбекқызы Б. Қанша Ленин, Қанша Сталин келсе де, бұл ғылымға әмірін жүргізе алмайды. // Жас Алаш. – 19.10.2023

209. Әбдірашұлы Б. Ата-аналар Дархан Сатыбалды емес, блогерлерге сенеді // Жас Алаш. – 24.10.2023

210. Мұратбекқызы Б. Ақшалы ата-ана, ақылы мектеп және бала. // Жас Алаш. – 24.10.2023

211. Дәлдібек Б. Балабақша асу табысты кәсіп пе? // Жас Алаш. – 31.10.2023
212. Бейсембаев С. Отыз жылда өзгеріс – ақпараттық ортаның қазақылдануы. // Жас Алаш. – 31.10.2023

213. Қосқанат Б. Көгілдір отын көпшілікке. // Жас Алаш. – 09.11.2023

214. Зарыққанқызы Қ. «Дені сау ұлт» жобасын ұшықтатып алмасақ.... // Жас Алаш. – 09.11.2023

215. Атай Ш. Ахметов апталығы // Жас Алаш. – 14.11.2023

216. Тілеген А. Қожықовтар қазынасы. // Жас Алаш. – 14.11.2023

217. Жеңісұлы Е. Жарақат жасытпайды, жаниды. // Жас Алаш. – 14.11.2023

218. Сайлау Қ. // Жас Алаш. Теңгенің дизайны өзгергенмен, құны өскен жоқ // Жас Алаш – 16.11.2023

219. Башар Т. Тазы. Брендтің жаңа дәуірі. // Жас Алаш. – 21.11.2023

220. Тұсынбайұлы Б. Мінез бен болмыс арасы. // Жас Алаш. – 23.11.2023

Газета “Курсив”

222. Маркова А. Какие идеи продают алматинские концепт-сторы // Курсив. – 29.09.2023

223. Думанова К. Профессиональный стандарт в области религии введут в РК. Кто должен будет его соблюдать // Курсив.

224. Каримова М. Как развивается религиозный туризм в Казахстане // Курсив. – 22.07.2023

225. Туркаев А. Ангел на обочине. Инвесторы просят создать им венчурный рай // Курсив. – 02.03.2023

226. Ахрёмускин В. Весна на тенговой улице // Курсив. 02.03.2023 –

227. Киреева Р. Что происходит с кыргызским месторождением золота Кумтор после национализации // Курсив. 02.03.2023 –
228. Машаев А. ; Бабаев Т. Экспорт Казахстана растет на высоких нефтяных котировках // Курсив. – 23.02.2023
229. Ахрёмушкин В. Через тернии к крестным // Курсив. – 29.12.2022 –
230. Маркова А. Зарубежные компании ушли из России, а товары под их брендами остались // Курсив. – 29.12.2022
231. Машаев А. Отскочили с низкой базы // Курсив. – 24.11.2022
232. Маркова А. Заправить полную корзину // Курсив. – 24.11.2024
233. Более 60% казахстанцев не сталкивались со стрессом за прошедшие три месяца // Курсив. – 24.11.2024
234. Машаев А. Из каких ингредиентов составлен идеологический концепт «Новый Казахстан» // Курсив. – 13.10.2022
235. Ахрёмушкин В. Дисконт национального благосостояния // Курсив. – 13.10.2023
236. Машаев А. Разули на границе // Курсив. – 13.10.2022
237. Ахрёмушкин В. Какими клиентами меряемся // Курсив. – 21.12.2021
238. Масанов Ю. Успех банков зависит от правильного выбора бизнес-модели // Курсив. – 21.11.2021
239. Абылгазина К. Блэкаут на горизонте // Курсив. – 04.11.2021
240. Ахрёмушкин В. Юг вошел во вкус // Курсив. – 11.11.2021
241. Машаев А. Опора на связь // Курсив. – 18.11.2021
242. Абылгазина К. Архипелаг Кашаган // Курсив. – 25.11.2021
243. Тен А. ; Трубачева Т. Мақпим перешел границу // Курсив. – 02.12.2021
244. Ахрёмушкин В. Рокировка на самом верху // Курсив. – 09.12.2021
245. Ахрёмушкин В. Какими клиентами меряемся // Курсив. – 21.12.2021.
246. Фоминских О. Лишь бы не стреляли // Курсив. – 28.12.2021
247. Ахрёмушкин В. Утиная охота без отпуска в сентябре // Курсив. – 09.11.2023
248. Маркова А. Самокаты докатились до регионов // Курсив. – 09.11.2023
249. Ибраева А. Чаще покупают акции в тенге, больше вкладывают в валютные облигации // Курсив. – 09.11.2023
250. Фахрутдинов А. Откуда придет удар // Курсив. – 09.11.2023
251. Абуев А. ; Оразбаев Д. Макрообзор: ставки, курсы, акции // Курсив. – 09.11.2023
252. Качалова Н. Рынок апартаментов в Казахстане расширяется // Курсив. – 09.11.2023.
253. Шаев М. Весь фильм – сцена // Курсив. – 09.11.2023
254. Ибраева А. Корпбонды на пенсии // Курсив. – 23.11.2023
255. Табылдиев А. Сколько денег ЕНПФ у местных эмитентов? // Курсив. – 23.11.2023
256. Качалова Н. Уплотнение мозгов // Курсив. – 23.11.2023
257. Маркова А. Старый iPhone мзды не портит // Курсив. – 23.11.2023
258. Ахрёмушкин В. Чаша полнее, ноша тяжелее // Курсив. – 23.11.2023

259. Машаев А. Стабильные минус десять // Курсив. – 23.11.2023
260. Николаева Т. Путь к самураю // Курсив. – 23.11.2023
261. Сатиева С. Вложите в сумку // Курсив. – 23.11.2023
262. Ахрёмускин В. Когда долларизация упала до минимума // Курсив. – 05.10.2023
263. Николаева Т. Какие авиакомпании в РК уже приватизировали // Курсив. – 05.10.2023 –
264. Качалова Н. ЖК по осени считают // Курсив. – 05.10.2023
265. Викторова П. Узбекский курорт со швейцарским лоском // Курсив. – 05.10.2023 –
256. Амалбаев А. Невыносимая мягкость бытия // Курсив. – 05.10.2023
257. Ибраева А. Время вторых // Курсив. – 05.10.2023
258. Машаев А. Необходимое зло // Курсив. – 05.10.2023
259. Маркова А. Ретейл требует жертв // Курсив. – 05.10.2023
260. Ахрёмускин В. Финансовые кадры в гуманитарном разрезе // Курсив. – 26. 10. 2023
261. Качалова Н. Базарный апгрейд // Курсив. – 26. 10. 2023
262. Машаев А. Торговля в плюсе // Курсив. – 26. 10. 2023
263. Ибраева А. Военный расклад // Курсив. – 26. 10. 2023
264. Кульмухамедова А. На новом месте // Курсив. – 26. 10. 2023
265. Маркова А. Электротерапия // Курсив. – 26. 10. 2023
266. Сатиева С. Революция роботов в парфюмерии // Курсив. – 26. 10. 2023
267. Ахрёмускин В. Былое и думы // Курсив. – 07.09.2023
268. Качалова Н. Черти шот // Курсив. – 07.09.2023
269. Домин С. Панда приуныл // Курсив. – 07.09.2023
270. Машаев А. Протекционизм в квадрате // Курсив. – 07.09.2023
271. Ибраева А. Поставь плечо // Курсив. – 07.09.2023
272. Маркова А. Променад по фудмоллу // Курсив. – 07.09.2023
273. Байжанова Г. Репортаж «курсива» с венецианского кинофестиваля // Курсив. – 07.09.2023
274. Трубачева Т. В МФЦА Сакса нет // Курсив. – 28.09.2023
275. Ибраева А. Слиться по приказу // Курсив. – 28.09.2023
276. Качалова Н. Месяц год кормит // Курсив. – 28.09.2023
277. Машаев А. За четыре пункта // Курсив. – 28.09.2023
278. Ибраева А. Народный сектор // Курсив. – 28.09.2023
279. Ахрёмускин В. За неимением публичных деклараций // Курсив. – 28.09.2023
280. Маркова А. Вещи со смыслом // Курсив. – 28.09.2023
281. Ерзиков В. Нажать на тормоза // Курсив. – 03.08.2023
282. Маркова А. Карточные игры // Курсив. – 03.08.2023
283. Касымов А. Быстрый или мертвый // Курсив. – 03.08.2023
284. Бабаев Т. Неоднозначные инвестиции // Курсив. – 03.08.2023
285. Ахрёмускин В. Здоровеем, набирая массу // Курсив. – 03.08.2023
286. Качалова Н. Дом за бугром // Курсив. – 03.08.2023

- 287.Танкаева Г. Орнаменты надо уметь «читать» // Курсив. – 03.08.2023
- 288.Оразбаев Д. Потребительская уверенность в июле // Курсив. – 31.08.2023
289. Трубачева Т. Портфель мертвеца // Курсив. – 31.08.2023
290. Маркова А. Обходят в два клика // Курсив. – 31.08.2023
- 291.Николаева Т. На троих // Курсив. – 31.08.2023
- 292.Бабаев Т. Принимаем по гарантии // Курсив. – 31.08.2023
- 293.Новиков В. ; Вилейкис А. Между башнями и подвалами // Курсив. – 31.08.2023 –
- 294.Сахаровская Ю. Где инвестировать: дома или за рубежом // Курсив. – 31.08.2023
- 295.Ибраева А. Бонлами по бюджету // Курсив. – 31.08.2023
296. Домин С. Волшебство птицы «Самрук» // Курсив. – 13.07.2023
- 297.Маркова А. Продажи в беззвучном режиме // Курсив. – 13.07.2023
- 298.Ибраева А. Фиксация прибыли // Курсив. – 13.07.2023
- 299.Ахрёмускин В. Без весеннего обострения // Курсив. – 13.07.2023
300. Бабаев Т. ; Машаев А. ; Домин С. Один для всех // Курсив. – 13.07.2023
- 301.Оразбаев Д. Индекс потребительской уверенности поднялся, но недостаточно окреп // Курсив. – 13.07.2023
- 302.Шаев М. Как киберпанк фантазирует о будущем // Курсив. – 13.07.2023
- 303.Ибраева А. Рынок поставил тенге на своп // Курсив. – 27.07.2023 –
- 304.Качалова Н. Если очень хочется, то можно // Курсив. – 27.07.2023
- 305.Аджиева Ж. ; Трубачева Т. Завелись сверчки? Это к деньгам // Курсив. – 27.07.2023 –
- 306.Николаева Т. Обратное поглащение лапши // Курсив. – 27.07.2023
- 307.Ахрёмускин В. Вершки, долги и корешки // Курсив. – 27.07.2023
- 308.Маркова А. В ответе за тех, кого приручили // Курсив. – 27.07.2023
- 309.Байжанова Г. Почему Голливуд бастует и чего хотят демонстранты? // Курсив. – 27.07.2023
- 310.Маркова А. Полетели на экспорт // Курсив. – 1.06.2023 –
- 311.Машаев А. Слабеющий сигнал // Курсив. – 1.06.2023 –
- 312.Байжанова Г. Кто победил на Каннском кинофестивале и почему // Курсив. – 1.06.2023
- 313.Ахрёмускин В. Починка бракованных инструментов // Курсив. – 1.06.2023
- 314.Николаева Т. Частная лавочка // Курсив. – 1.06.2023 –
- 315.Ибраева А. Бонус развития // Курсив. – 1.06.2023
- 316.Каримова М. Культурный слой // Курсив. – 1.06.2023
- 317.Ибраева А. «Звездный шопинг» // Курсив. – 29.06.2023
- 318.Маркова А. Прудовой резерв // Курсив. – 29.06.2023
- 319.Байжанова Г. Фильм выглядит так, будто его создала нейросеть // Курсив. – 29.06.2023 –

- 320.Кузьмин Н. Рычаг Шос // Курсив. – 29.06.2023
- 322.Амалбаев А. По таргету и выше // Курсив. – 29.06.2023
- 323.Кожуховский Б. Существует ли универсальный инвестиционный портфель? // Курсив. – 29.06.2023
- 324.Машаев А. Маркировка встала на колеса // Курсив. – 29.06.2023