

ISSN 1999-4214 (print)

ISSN 2957-5095 (online)

ЕУРАЗИЯ ГУМАНИТАРЛЫҚ ИНСТИТУТЫНЫҢ

ХАБАРШЫСЫ

ВЕСТНИК

ЕВРАЗИЙСКОГО
ГУМАНИТАРНОГО
ИНСТИТУТА

BULLETIN

OF THE EURASIAN
HUMANITIES
INSTITUTE

№2/2026

Жылына 4 рет шығады
2001 ж. шыға бастаған

Выходит 4 раза в год
Начал издаваться с 2001 г.

Published 4 times a year
Began to be published in 2001

Астана, 2026

Бас редактор **Дауренбекова Л.Н.**
А.Қ. Құсайынов атындағы Еуразия гуманитарлық институтының
қауымдастырылған профессоры, филология ғылымдарының кандидаты
Жауапты редактор **Алимбаев А.Е.**
А.Қ. Құсайынов атындағы Еуразия гуманитарлық институтының доценті,
философия докторы (PhD)

Редакция алқасы

Аймұхамбет Ж.Ә.	филология ғылымдарының докторы, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Ақтаева К.	филология ғылымдарының докторы, профессор, А. Мицкевич атындағы Польша университеті, Познань, Польша.
Әбсадық А.А.	филология ғылымдарының докторы, профессор, А. Байтұрсынов атындағы Қостанай өңірлік университеті, Қостанай, Қазақстан
Аасланд Е.	философия докторы (PhD), профессор
Бредихин С.Н.	филология ғылымдарының докторы, профессор, Солтүстік Кавказ федералды университеті, Ставрополь, РФ
Гайнуллина Ф.А.	филология ғылымдарының кандидаты, доцент Ә. Бөкейхан атындағы университеті, Семей, Қазақстан
Ермекова Т.Н.	филология ғылымдарының докторы, профессор, Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан
Есиркепова К.Қ.	филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, А. Байтұрсынов атындағы Қостанай өңірлік университеті, Қостанай, Қазақстан
Жүсіпов Н.Қ.	филология ғылымдарының докторы, профессор, Торайғыров университеті, Павлодар, Қазақстан
Каранфил Г.	философия докторы (PhD), профессор, Комрат мемлекеттік университеті, Кишинев, Молдова
Курбанова М.М.	филология ғылымдарының докторы, профессор, Алишер Навои атындағы Ташкент мемлекеттік өзбек тілі мен әдебиеті университеті, Ташкент, Өзбекстан
Қамзабекұлы Д.	ҚР ҰҒА академигі, филология ғылымдарының докторы, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Құрысжан Л.Ә.	филология ғылымдарының кандидаты, профессор, Ханкук шетелтану университеті, Сеул, Оңтүстік Корея
Онер М.	философия докторы (PhD), профессор, Эгей университеті, Измир, Туркия
Олдфилд А.	Философия докторы (PhD), профессор, Каролина Университеті Каролина, АҚШ
Пименова М.В.	филология ғылымдарының докторы, профессор, Шет ел тілдері институты, Санкт-Петербург, РФ
Сайфулина Ф.С.	филология ғылымдарының докторы, профессор, Қазан федералды университеті, Қазан, Татарстан, РФ
Сенмез О.Ф.	философия докторы (PhD), профессор, Токат Газиосманпаша университеті, Токат, Түркия

Редакцияның мекенжайы: 010009, Астана қ., Жұмабаев даңғ., 4
Телефон/факс: (7172) 561 933; e-mail: eagi.vestnik@gmail.com, сайт: ojs.egi.kz

Еуразия гуманитарлық институтының Хабаршысы.
Меншіктенуші: «А.Қ. Құсайынов атындағы Еуразия гуманитарлық институты»
Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі Ақпарат комитетінде қайта есепке қойылды. Тіркеу № KZ92VPY00046970 17.03.2022
Басуға 26.06.2026 ж. қол қойылды. Пішімі 60*84 1\8. Қағаз офсеттік Көлемі. БТ.
Таралымы 200 дана. Бағасы келісім бойынша. Тапсырыс № 89
«Ақтаев У.Е.» баспасында басылып шықты

© А.Қ. Құсайынов атындағы Еуразия гуманитарлық институты

Главный редактор **Дауренбекова Л.Н.**
Кандидат филологических наук, ассоциированный профессор Евразийского гуманитарного
института имени А.К. Кусаинова
Ответственный редактор **Алимбаев А.Е.**
Доктор философии (PhD), доцент Евразийского гуманитарного института имени
А.К. Кусаинова

Редакционная коллегия

Аймухамбет Ж.А.	доктор филологических наук, профессор, ЕНУ имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Актаева К.	доктор филологических наук, профессор, университет имени Адама Мицкевича, Познань, Польша.
Абсадық А.А.	доктор филологических наук, профессор, Костанайский региональный университет имени А.Байтурсынова, Костанай, Казахстан
Аасланд Е.	доктор философии (PhD), профессор
Бредихин С.Н.	доктор филологических наук, профессор, Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, РФ
Гайнуллина Ф.А.	кандидат филологических наук, доцент университет имени А. Бокейхана, Семей, Казахстан
Ермекова Т.Н.	доктор филологических наук, профессор, Казахский национальный женский педагогический университет, Алматы, Казахстан
Есиркепова К.К.	кандидат филологических наук, профессор, Костанайский региональный университет имени А. Байтурсынова, Костанай, Казахстан
Жусипов Н.К.	доктор филологических наук, профессор, Торайгыров университет, Павлодар, Казахстан
Каранфил Г.	доктор философии (PhD), профессор, Комратский государственный университет, Кишинев, Молдова
Курбанова М.М.	доктор филологических наук, профессор, Ташкентский государственный университет узбекского языка и литературы им. Алишера Навои, Ташкент, Узбекистан
Камзабекулы Д.	академик НАН РК, доктор филологических наук, профессор, ЕНУ имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Курысжан Л.А.	кандидат филологических наук, профессор, Университет иностранных языков Ханкук, Сеул, Южная Корея
Онер М.	доктор философии (PhD), профессор, Эгейский университет, Измир, Турция
Олдфилд А.	доктор философии (PhD), профессор, Университет Каролины Каролина, США
Пименова М.В.	доктор филологических наук, профессор, Институт иностранных языков, Санкт-Петербург, РФ
Сайфулина Ф.С.	доктор филологических наук, профессор, Казанский федеральный университет, Казань, Татарстан, РФ
Сенмез О.Ф.	доктор философии (PhD), профессор, Университет Токат Газиосманпаша, Токат, Турция

Адрес редакции: 010009, г. Астана., пр. Жумабаева, 4
Телефон/факс: (7172) 561 933; e-mail: eagi.vestnik@gmail.com, сайт: ojs.egi.kz

Вестник Евразийского гуманитарного института.
Собственник: «Евразийский гуманитарный институт имени А.К. Кусаинова».
Министерством информации и общественного развития Республики Казахстан Комитет информации постановлено на переучет № KZ92VPY00046970 17.03.2022
Подписано в печать 26.06.2026 г. Формат 60*84 1\8. Бум. типогр.
Тираж 200. Цена согласовано. Заказ № 89
Напечатано в издательстве «У.Е. Актаева»

©Евразийский гуманитарный институт имени А.К. Кусаинова

Chief Editor **Daurenbekova L.N.**
Candidate of Philological Science, Associate Professor of the A.K. Kussayinov Eurasian Humanities
Institute
Editor-in-Chief **Alimbayev A.E.**
Doctor of Philosophy (PhD), Associate Professor of the A.K. Kussayinov Eurasian Humanities
Institute

Editorial Board

Aimuhambet Zh.A.	Doctor of Philological Sciences, Professor, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Aktayeva K.	Doctor of Philological Sciences, Professor, Poznan Adam Mitskevich University, Poznan, Poland
Absadyk A.A.	Doctor of Philological Sciences, Professor, Kostanay Regional University named after A.Baitursynov, Kostanay, Kazakhstan
Aasland E.	
Bredikhin S.N.	Doctor of Philological Sciences, Professor, North-Caucasus Federal University, Stavropol, RF
Гайнуллина Ф.А.	Candidate of Philological Sciences, Associate Professor Alikhan Bokeikhan University, Semey, Kazakhstan
Yermekova T.N.	Doctor of Philological Sciences, Professor, Kaz. National Women's Pedagogical University. Almaty, Kazakhstan
Yesirkepova K.K.	Candidate of Philological Sciences, Professor, Kostanay Regional University named after A.Baitursynov, Kostanay, Kazakhstan
Zhusipov N.K.	Doctor of Philological Sciences, Professor, Toraighyrov University, Pavlodar, Kazakhstan
Karanfil G.	Doctor of Philological (PhD), Professor, Komrat Devlet Univerditesi, Kishinev, Moldova
Kurbanova M.M.	Doctor of Philological Sciences, Professor, Tashkent State University of the Uzbek Language and Literature named after Alisher Navoyi, Tashkent, Uzbekistan
Kamzabekuly D.	Academician of NAS RK, Doctor of Philological Sciences, Professor, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Kuryszhn L.A.	Candidate of Philological Sciences, Professor, Hankuk University of Foreign Studies Seoul Korea
Oner M.	Doctor of Philological (PhD), Professor, Aegean University, Izmir, Turkey
Oldfield A.	Doctor of Philological (PhD), Professor, Coastal Carolina University Carolina, USA
Pimenova M.V.	Doctor of Philological Sciences, Professor, Foreign Languages Institute, St-Petersburg, RF
Seifullina F.S.	Doctor of Philological Sciences, Professor, Kazan Federal University, Kazan, Tatarstan, RF
Senmez O.F.	(PhD), Professor, Tokat Gaziosmanpasa University, Tokat, Turkey

Editorial address: 010009, Astana., 4, Prospect Zhumabayev
Tel/Fax: (7172) 561 933; e-mail: eagi.vestnik@gmail.com, сайт: ojs.egi.kz

Bulletin of the Eurasian Humanities Institute.

Owner: «A.K. Kussayinov Eurasian Humanities Institute».

The Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan Information Committee decided to re-register No. KZ92VPY00046970 17.03.2022

Signed for printing 26.06.2026 Format 60 * 84 1 \ 8. Paper. Printing house

Circulation 200. Price agreed. Order No. 89

Printed in the publishing house of «U.E. Aktaev»

МАЗМҰНЫ / СОДЕРЖАНИЕ / CONTENTS

ТІЛ БІЛІМІ / ЯЗЫКОЗНАНИЕ / LINGUISTICS		
АЙДАРБЕК Қ.Ж. ИМАНБЕРДИЕВА А.Б. АККУЗОВА А.А.	Қазақ ғылыми терминологиясындағы терминэлементтер жұмсалымының танымдық тетіктері	7
АЛТАЙ А.А. АБЫЗОВА А.М.	Лингвистикалық интеллект: ғылыми категория ретінде	23
BAZARBEKOVA D.M. KURMANOVA Z.K. AKHMETOVA B.Z.	Frame modeling of the «Ulytau» concept	32
БАЛТАБАЙ Д.Ә.	«Шежіре-и теракима» еңбегінде кездесетін кейбір топонимдер мен этнонимдердің этимологиясы	44
YESSENBAYEVA A.E. ҮБЫРАЙҰМ А.О.	Linguistic mechanisms of implicit evaluation in Kazakh and English media discourse	56
ЕСКЕРМЕСОВА Г.А. ЕРМЕКОВА Т.Н. ШОЙБЕКОВА Ғ.Б.	Этномәдени бірліктердің жасанды интеллект арқылы аударылуы: машиналық аудармалар және оның сапасын бағалау	66
ЖАРКЫНБЕКОВА Ш.К. ШАХПУТОВА З.Х.	Репрезентация семейных ценностей в автохтонном художественном дискурсе	78
KORBOSSYNOV B. K. BORANBAYEV S. R. SERKEBAYEVA G.Y.	Tudy of the law of singormanism in Turkic languages	88
КУЛЫНТАЕВА Т.Б. ДЖАМБАЕВА Ж.А. НУРГАЗИНА А.Б.	Қазақ тіліндегі «уақыт» концептісі: семантикалық өріс және тілдік репрезентация	102
ҚАМБАРОВА Б.Ғ. БЕЙСЕНБЕКОВА Г.Т. ШАДИЕВА Н.Х.	Жас когорталарының (X, Y, Z, Alpha) әлеуметтік желідегі коммуникативтік ерекшеліктері	114
ҚАПАЛБЕК Б.С. АЛПЫСБАЙ Ә.Р. ТҮРКБЕНБАЕВА М.Ж.	Жыйырманшы деп жазу қай норма?	126
ҚҰСАЙЫНОВА Ж.А. НАСЫРИТДИНОВА Ә.Н.	«Сенімсіздік» модальді реңкінің мәтіндегі көріністері	136
САГИДОЛДА Г.	*Қазіргі түркі тілдеріндегі бас киім атауларының атауыштық-уәждемелік және лингвомәдени сипаты	148
САДЫҒҰЛ Т.Қ. ЕРҒАЛИЕВА С.Ж. УАЙХАНОВА М.А.	Особенности интернет-дискурса в цифровом пространстве Казахстана	159
SULTANOVA S.M. MUKHTAROVA S.S. TOXANBAYEVA T.ZH.	Ethnocultural specificity of suffixal word formation in Russian, Kazakh, and English: on the question of the linguistic worldview	171
ХАИРЛАЕВА Г.Ж. АСАНБАЕВА С.А.	Қазіргі мәдениетаралық коммуникация контекстіндегі қоғамдық-саяси аударма: әлеуметтік-лингвистикалық аспекті (қазақ-орыс тілдері материалдары негізінде)	183

ӘДЕБИЕТТАНУ / ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ / LITERATURE STUDIES		
АЙМУХАНБЕТОВА М.Е. КАРТАЕВА А.М. БИЯРОВ Б.Н.	*Киелі Алтайдың табиғаты мен топонимикалық аңыздарының көркем шығармадағы көрінісі	193
АМИРОВА Л.Т., ТАНЖАРИКОВА А.В.	Мистикалық әңгімелердегі акустикалық детальдың қызметі	203
ГАЗИЗОВ Г.Д. КЕМЕҢГЕР Қ.Р.	*Кеңес дәуірі әдебиетінде Алаш арыстарының көркем бейнесі (С.Сейфуллин, Б.Майлин, С.Мұқанов шығармалары бойынша)	212
ЛАПШИНА Н.В. РАДЧУК О.А.	Особенности перевода стилистических средств в художественном произведении (на материале повести Джека Лондона «Белый клык»)	220
МУСАБЕКОВ К.А. КОШИКБАЕВА Г.Д. АЛТЫНБЕКОВ Ш.Е.	Абсурд – художественный метод в пьесе Дулата Исабекова «Ескерткіш операциясы»	230
СӨМЕНҚЫЗЫ Ұ. ҚҰЛБАРАҚ С.О. САМБЕТОВА Г.	М.Х. Дулати мұралары академик Ә.Дербісәлі зерттеуінде	240
СОЛТАНАЕВА Е.М. ӘБДИМАНҰЛЫ Ө. ШОРТАНБАЙ Ш.	М. Жұмабайұлының шығармашылығы деколониялық дискурста	250
СҰЛТАНҒАЛИЕВА Р.Б. САМАТОВА Ш.Ө.	Қазақ әдебиетіндегі постмодернизм: поп-арт пен тұрмыстық заттар эстетикасы	260
JURKOWICZ PH. SAILAUKYZY A. TUSSUPOVA G.B.	Alash heritage in national brand formation: a literary, journalistic and intellectual perspective	271
ТІЛ ЖӘНЕ ӘДЕБИЕТТІ ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ / МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ / METHODOLOGY OF TEACHING LANGUAGE AND LITERATURE		
ҚАЛЫБАЕВА Қ.С. ЗАЙСАНБАЕВ Т.К.	А. Байтұрсынұлының сауат ашу құралдары және әдістемесі	280
МҰХАМАДИ Қ.Т.	Монотілді балалардың оқу процесіндегі тілдік кедергілері	291

Б.Ғ. ҚАМБАРОВА¹ Г.Т. БЕЙСЕНБЕКОВА² Н.Х. ШАДИЕВА³ 

Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан^{1,2}
А.Қ.Құсайынов атындағы Еуразия гуманитарлық институты, Астана,
Қазақстан³

(e-mail: gabitqyzy96@mail.ru¹, gulbeisen@mail.ru², nur.shad22@mail.ru³)

ЖАС КОГОРТАЛАРЫНЫҢ (X, Y, Z, ALPHA) ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ КОММУНИКАТИВТІК ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа. Қазіргі таңда әлеуметтік желілер адамдардың қарым-қатынас жасау, ақпарат алмасу және өзін таныту кеңістігіне айналды. Дегенмен бұл ортадағы коммуникация барлық жаста бірдей жүзеге аспай, жас ерекшеліктеріне қарай тілдік таңдау, қарым-қатынас формасы мен коммуникативтік стратегия тұрғысынан өзгешеленеді. Мақалада X, Y, Z және Alpha жас когорталарының қазақтілді әлеуметтік желі кеңістігіндегі (Instagram, TikTok, Facebook) коммуникативтік мінез-құлқы қарастырылады. Зерттеудің мақсаты — әртүрлі буын өкілдерінің тілдік таңдауы мен коммуникативтік стратегияларындағы айырмашылықтарды айқындау. Зерттеу барысында эмпирикалық деректерді жинау үшін арнайы әзірленген сауалнама әдісі қолданылып, нәтижелеріне статистикалық және лингвистикалық талдау жасалды. Сауалнама нәтижесі көрсеткендей, аға буын (X, Y) көбіне ақпараттық және кәсіби мазмұндағы мәтіндерге басымдық берсе, жас буын (Z, Alpha) мультимодалды және экспрессивті-эмоционалды коммуникацияға бейім. Зерттеу барысында әлеуметтік желінің әсерінен ойды қысқа, ықшам жеткізу дағдысының қалыптасуы мен тілдік нормалардың трансформациясы (сленг, эмодзи, гибриді стиль) сипатталды. Зерттеу қорытындылары медиалингвистика мен социалингвистика саласындағы қазақтілді цифрлық дискурс теориясын толықтырады.

Түйін сөздер: әлеуметтік желі, социалингвистика, прагматика, жас когорталары, коммуникативті ерекшеліктер.

Кіріспе. Қазіргі қоғамда әлеуметтік желілер адамдар арасындағы қарым-қатынастың негізгі ортасына айналды. Бұл кеңістікте адамдар өз ойын білдіреді, пікір алмасады және өзін танытады. Осы өзгерістер әлеуметтік желідегі коммуникацияның сипатына және тілдің қолданылу ерекшеліктеріне әсер етіп, дәстүрлі қарым-қатынас формаларынан өзгеше тілдік тәжірибелердің қалыптасуына алып келді. Сондықтан әлеуметтік желідегі коммуникация біркелкі емес, ол адамдардың жас ерекшелігіне, өмірлік тәжірибесіне және цифрлық ортада қалыптасуына байланысты әртүрлі көрініс табады. Зерттеу тақырыбын таңдауға Z және Alpha когорталарының әлеуметтік желілердегі белсенділігі мен олардың коммуникациясының ерекшеліктері түрткі болды. Z когортасы әлеуметтік желілерде контент өндіруші ретінде жиі көрінсе, Alpha когортасы визуалды контентті тұтынуға көбірек бейім болып қалыптасуда. Бұл айырмашылықтар тілдік құралдардың қолданылуына, мәтіннің көлеміне, визуалды элементтердің басым болуына әсер етеді. Бұған

дейінгі еңбектерде әлеуметтік желідегі тілдік нормалар, орфографиялық ауытқулар, сленг пен код-ауысым мәселелері қарастырылғанымен, жас когорталарының коммуникативтік ерекшеліктері арнайы зерттеу нысанына айнала қойған жоқ. Зерттеу барысында әлеуметтік желіні пайдалану мақсаты, контент өндіру мен тұтыну үлесі, сондай-ақ тілдік құралдарды қолдану ерекшеліктері салыстырмалы түрде сипатталады. Осы тұрғыдан алғанда, мақала қазақ тіліндегі әлеуметтік желі материалдары негізінде жас когорталары коммуникациясын лингвистикалық тұрғыда кешенді қарастыруға бағытталған.

Әлеуметтік желілердегі коммуникацияны ғылыми тұрғыда зерттеу интернеттің жаппай таралуымен қатар XX ғасырдың соңында қалыптасып, қазіргі таңда бірнеше теориялық бағытты қамтитын кешенді зерттеу саласына айналды. Алғашқы кезеңдегі зерттеулерде цифрлық коммуникация жаңа технологиялық құбылыс ретінде қарастырылып, оның қоғамға, ақпарат таратуға және әлеуметтік қатынастарға әсері алдыңғы қатарға шығарылды. Бұл кезеңде интернет тілінің өзіндік табиғатын сипаттауға бағытталған еңбектерде онлайн қарым-қатынас дәстүрлі жазба және ауызша сөйлеудің арасындағы аралық форма ретінде түсіндірілді [1, 18]. Осы тұжырымдар цифрлық ортада тілдің жаңа қолданыс үлгілері қалыптасып келе жатқанын дәлелдегенімен, коммуникацияның жас ерекшеліктеріне байланысты әркелкілігі ол кезде дербес ғылыми мәселе ретінде қарастырылмады.

Кейінгі зерттеулерде интернет тілінің «жаңа тіл» немесе «жаңа стиль» екені жөнінде ғылыми пікірталас қалыптасты. Бірқатар зерттеушілер цифрлық коммуникацияда тілдік нормалардың өзгеруін тіл эволюциясының табиғи кезеңі ретінде қарастырса [2, 52], басқа еңбектерде бұл құбылыс тілдің емес, коммуникациялық стильдің өзгеруімен байланыстырылады [3, 115]. Осы пікірталас интернеттегі тілдік қолданысты біржақты бағалаудан бас тартып, оны әлеуметтік және прагматикалық контекстпен бірге қарастыру қажеттігін көрсетті.

2000 жылдардың ортасынан бастап әлеуметтік желілердің (Facebook, Twitter, кейінірек Instagram) кең таралуы цифрлық коммуникацияны зерттеудің жаңа кезеңін бастады. Бұл кезеңдегі еңбектерде әлеуметтік желілер әлеуметтік байланыстарды қалыптастыратын, өзін таныту мен идентификация жүзеге асатын кеңістік ретінде сипатталды [4, 41]. Зерттеушілер әлеуметтік желідегі коммуникацияның интерактивті, көпәдресті және контекстке тәуелді сипатын атап көрсетті. Соның нәтижесінде әлеуметтік желідегі дискурс прагматикалық мақсаттарға, адресатқа әсер етуге және әлеуметтік рөлдерді айқындауға бағытталған үдеріс ретінде түсіндіріле бастады.

Коммуникацияны жас ерекшелігі тұрғысынан зерттеудің теориялық алғышарттары ұрпақтар теориясымен тығыз байланысты. Ұрпақтарды ғылыми тұрғыда жіктеу мәселесі XX ғасырдың басында К. Маннгеймнің еңбектерінен бастау алады. Ғалым ұрпақты биологиялық жаспен емес, белгілі бір әлеуметтік-тарихи кезеңде қалыптасқан ортақ тәжірибемен байланысты әлеуметтік феномен ретінде қарастырады [5, 83]. Маннгеймнің пікірінше, жастық шақта бастан кешкен тарихи оқиғалар тұлғаның дүниетанымына, құндылықтар жүйесіне және кейінгі коммуникациялық тәжірибесіне ұзақ мерзімді әсер етеді. Бұндай тұжырым ұрпақтық ерекшеліктерді түсіндіруде жас факторының әлеуметтік және мәдени өлшемін алдыңғы қатарға шығарды.

Кейінірек У.Штраус пен Н.Хау ұсынған ұрпақтарды жіктеу теориясында белгілі бір уақыт аралығында өмір сүрген адамдар «әлеуметтік ұрпақ» ретінде қарастырылды [6, 64]. Авторлар ұрпақтардың құндылықтары мен мінез-құлқы тарихи, саяси және мәдени өзгерістермен тығыз байланысты қалыптасатынын көрсетеді. Бұл тұжырымдама эмпирикалық деректердің жеткіліксіздігі үшін сынға алынғанымен, ұрпақтық айырмашылықтарды жүйелі түрде сипаттауға мүмкіндік берген маңызды теориялық қадам ретінде бағаланды. Аталған теориялар қазіргі цифрлық коммуникацияны зерттеуде ұрпақтық факторды ескерудің методологиялық негізін құрайды.

2010 жылдардан бастап Generation X, Y, Z ұғымдары әлеуметтік желілерді пайдалану тәжірибесін сипаттауда кеңінен қолданылды. Ұрпақтарды былайша топтауға байланысты қазіргі зерттеулерде Pew Research Center ұсынған тәсіл кеңінен қолданылады. Орталық

ұрпақтар арасындағы шекараны қатаң хронологиялық межемен емес, қоғамдағы саяси, экономикалық және технологиялық өзгерістермен байланыстыра қарастырады [7, 23]. Осы тұрғыдан алғанда, Z және Alpha когорталарының қалыптасуы әр елде бірдей уақыт аралығына сәйкес келе бермейді. Мәселен, Батыс елдерінде Z когортасының цифрлық ортада қалыптасуы смартфондар мен әлеуметтік желілердің ерте таралуымен байланысты болса, Қазақстан жағдайында бұл үдеріс салыстырмалы түрде кешірек жүзеге асты. Елдегі интернеттің жаппай таралуы, мобильді технологиялардың қолжетімділігі және әлеуметтік желілердің белсенді қолданылуы XXI ғасырдың алғашқы онжылдығына сәйкес келеді. Осы ерекшелік Қазақстандағы Z когортасының коммуникативтік тәжірибесін Батыс елдеріндегі қатарластарынан ішінара өзгеше қалыптастырды және бұл айырмашылықты тілдік тұрғыда арнайы талдау қажеттігін көрсетеді. Әсіресе Z когортасына арналған еңбектерде бұл буынның цифрлық ортада қалыптасқан «digital natives» екені, олардың қысқа, визуалды және эмоцияға негізделген коммуникацияға бейімділігі атап өтілді [8, 34]. Бұл зерттеулер Z когортасының коммуникациясын дербес феномен ретінде қарастыруымен маңызды болғанымен, олардың тілдік құралдарды қолдану ерекшеліктері көбіне психологиялық және әлеуметтік сипаттамалар аясында ғана түсіндірілді. Сонымен қатар кейбір зерттеушілер «digital natives» ұғымының өзін сынға алып, жас ерекшеліктеріне байланысты айырмашылықтарды технологиямен емес, әлеуметтік орта мен тәжірибемен байланыстыру қажет екенін көрсетті [9, 778]. Бұндай пікірталас ұрпақтық коммуникацияны біржақты түсіндіруден бас тартып, тілдік мінез-құлықты нақты деректер арқылы талдаудың маңызын арттырды. Ал Y когортасына қатысты еңбектерде бұл топтың әлеуметтік желілерді ақпарат алу, кәсіби имидж қалыптастыру және әлеуметтік капитал жинау мақсатында пайдаланатыны көрсетілді [10, 45]. Алайда Y және Z когорталарының коммуникациясы көбіне салыстырмалы түрде емес, жеке-жеке қарастырылып, олардың тілдік мінез-құлқындағы айырмашылықтар жүйелі түрде сипатталмады.

Соңғы жылдары ғылыми назар Alpha когортасына ауыса бастады. Бұл когорта көбіне цифрлық технологиямен ерте танысқан, визуалды контентті басым қабылдайтын ұрпақ ретінде сипатталады. Зерттеулерде Alpha өкілдерінің экрандық ортаға бейімділігі, визуалды ақпаратты тез қабылдауы, мәтінге қарағанда бейне мен суретке көбірек мән беруі атап өтіледі [11, 108]. Десек те бұл тұжырымдар негізінен психология мен педагогика саласында жасалып, Alpha когортасының әлеуметтік желідегі коммуникациясының тілдік сипаты, мәтінмен қарым-қатынасы және коммуникативтік мінез-құлық лингвистикалық тұрғыда толық қарастырылмай келеді.

Орыс және қазақ тіл білімінде әлеуметтік желі коммуникациясын зерттеу батыс ғылымымен салыстырғанда кеш қалыптасты. Орыс тіл білімінде интернет-дискурс, блогтар мен комментарий мәдениетіне арналған еңбектер болғанымен, олар көбіне дискурс типтері мен жанрлық ерекшеліктерге бағытталды. Қазақ тіл білімінде әлеуметтік желі тіліне қатысты зерттеулер соңғы жылдары ғана пайда болып, негізінен орфографиялық ауытқулар, сленг, код-ауысым сияқты жекелеген тілдік құбылыстарды сипаттаумен шектелді. Ал жас когорталарының әлеуметтік желідегі коммуникативтік мінез-құлқын кешенді түрде, салыстырмалы әрі лингвистикалық тұрғыда қарастыратын зерттеулер әлі де жеткіліксіз.

Осылайша қарастырылған ғылыми еңбектер әлеуметтік желідегі коммуникацияны зерттеудің теориялық негізін қалыптастырғанымен, жас когорталарының коммуникативтік мінез-құлқын бір кешенде, тілдік және прагматикалық тұрғыда салыстыра талдау қажеттігін айқын көрсетеді. Әсіресе қазақтілді әлеуметтік желі сегментінде X, Y, Z және Alpha когорталарының коммуникациясын жүйелі түрде сипаттау қазіргі таңда өзекті ғылыми міндеттердің бірі болып отыр. Ұсынылып отырған зерттеу алдыңғы еңбектердің теориялық тұжырымдарына сүйене отырып, олардың шектеулерін еңсеруге және жас когорталарының әлеуметтік желідегі коммуникативтік мінез-құлқын салыстырмалы лингвистикалық тұрғыда жаңа қырынан сипаттауға бағытталған.

Әдістеме және зерттеу әдістері. Аталған зерттеуде әлеуметтік желідегі коммуникативтік мінез-құлықтың жас когорталарына (X, Y, Z, Alpha) тәуелді қалыптасу ерекшеліктерін анықтау мақсатында әлеуметтік-лингвистикалық сауалнама жүргізілді. Зерттеу дизайны эмпирикалық деректер мен лингвистикалық талдау әдістерін ұштастыруға негізделіп, жас ерекшеліктеріне байланысты коммуникациядағы айырмашылықтарды кешенді түрде сипаттауға бағытталды.

Әдістемелік негіз ретінде қазақстандық социоллингвистика мектебінің негізін салушы Ә.Д.Сүлейменованың тілдік жағдаяттарды моделдеу теориясы [12, 12] және Б.Хасановтың тілдік қатынастарды әлеуметтік тұрғыдан саралау тұжырымдамалары басшылыққа алынды [13, 44]. Сауалнаманың негізгі мақсаты – әлеуметтік желідегі коммуникацияның біртекті емес екенін және оның пайдаланушылардың жас ерекшелігіне, цифрлық ортада қалыптасу деңгейіне байланысты өзгеретінін анықтау.

Сауалнама барысында X, Y, Z және Alpha жас когорталарының әлеуметтік желіні пайдалану мақсаты, контент тұтыну мен өндіру үлесі, сондай-ақ тілдік құралдарды таңдау ерекшеліктері өзара салыстырылып талданды. Атап айтқанда, Z когортасының әлеуметтік желілерде белсенді контент өндіруші ретінде көрінетіні, ал Alpha когортасының негізінен визуалдыформаттағыконтенттітұтынушыретіндеқалыптасыпкележатқаныэмпирикалық деректер негізінде көрсетіледі. Сауалнама нәтижелерін өңдеуде Г. Смағұлованың мәтіннің мағыналық тұтастығы мен лингвистикалық прагматикасы туралы қағидалары қолданылды [14, 28]. Сауалнама Google Forms платформасы арқылы онлайн форматта жүргізіліп, әр жас когортасынан 20-30 респондент қамтылды. Сауалнама барысында респонденттердің қандай әлеуметтік желілерді қолданатыны, оларды қандай мақсатта пайдаланатыны және коммуникацияның қандай форматтарын (жазбаша, визуалды, аралас) басым қолданатыны анықталды. Сонымен қатар зерттеу материалы ретінде қазақтілді әлеуметтік желілердегі посттар, комментарийлер және сторис сипаттамалары іріктеліп алынды. Талдауға тек ашық қолжетімді контент енгізілді, ал Alpha когортасына қатысты материалдар жас ерекшелігіне байланысты этикалық талаптарды сақтай отырып, жалпылама және жанама сипатта қарастырылды.

Зерттеу нәтижелерінің теориялық маңызы әлеуметтік желі дискурсының жас когорталарынатәуелдіқалыптасатынындаәлеудеуіменжәнемедиалингвистика,прагматика, социоллингвистика салаларын жаңа эмпирикалық деректермен толықтыруымен айқындалады. Ал практикалық маңызы қазақ тіліндегі цифрлық контентті дамытуда, білім беру мен медиа саласында, сондай-ақ әртүрлі жас аудиториясына бағытталған коммуникация стратегияларын әзірлеуде қолданылуымен сипатталады. Бұған дейінгі зерттеулерде көбіне Z когортасы жеке қарастырылып, шетелдік немесе орыс тілді материалдарға басымдық берілген болса, бұл зерттеу X, Y, Z және Alpha жас когорталарын бір кешенде, қазақтілді әлеуметтік желі материалы негізінде, коммуникативтік мінез-құлықты тілдік тұрғыда салыстыра сипаттауға бағытталуымен ерекшеленеді.

Талқылау мен бақылау. Зерттеу барысында жүргізілген сауалнамаға барлығы 60 респондент қатысты. Олардың жас құрылымы бойынша 50%-ын Z (зумерлер) когортасы, 30%-ын Y (миллиениалдар), 20%-ын X когортасы құрады. Мұндай көрсеткіш зерттеу нәтижелерінде Z ұрпағының коммуникативтік ерекшеліктерінің басым көрінуіне ықпал еткенін ескеру қажет. Сауалнама нәтижелері әлеуметтік желілерді пайдалану тәжірибесінің қазіргі таңда айтарлықтай трансформацияланғанын көрсетеді.

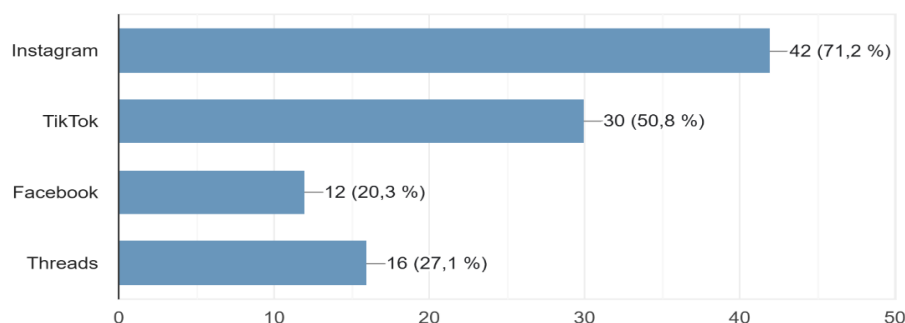
Ең алдымен, қолданылатын платформаларға қатысты деректер әлеуметтік желі кеңістігінде визуалды контентке негізделген платформалардың жетекші орын алатынын көрсетеді. Респонденттердің 71,2%-ы Instagram-ды, 50,8%-ы TikTok-ты жиі қолданатынын көрсетсе, Threads (27,1%) пен Facebook (20,3%) платформаларының үлесі салыстырмалы түрде төмен екені анықталды. Бұл көрсеткіштер әлеуметтік желілердегі қазақтілді контенттің сапасы мен форматы қолданушылардың сұранысына сай өзгеріп жатқанын дәлелдейді. Аталған үрдіс, әсіресе, цифрлық ортада қалыптасқан Z когортасының «digital native» ретіндегі коммуникативтік ерекшеліктерімен тығыз байланысты. Сонымен қатар

бұл құбылыс D. Crystal ұсынған интернет тілінің дәстүрлі жазба мен ауызша сөйлеудің аралық формасы ретінде қалыптасуы туралы тұжырымымен үйлеседі [1]. Facebook платформасының салыстырмалы түрде төмен көрсеткіші (20,3%) дәстүрлі мәтіндік коммуникацияның маңыздылығының біртіндеп әлсіреп келе жатқанын көрсетеді.

Сурет 1 – қолданылатын платформаларға қатысты деректер.

3. Қандай әлеуметтік желілерді жиі қолданасыз? (бірнешеуін таңдауға болады)

59 ответов

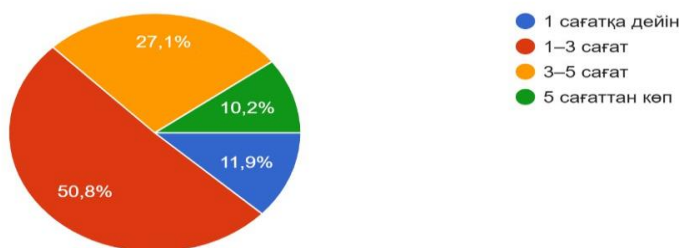


Әлеуметтік желіде өткізілетін уақыт бойынша респонденттердің жартысынан көбі (50,8%) күніне 1–3 сағат, ал 27,1%-ы 3–5 сағат, 10,2%-ы 5 сағаттан артық уақыт жұмсайтынын көрсетті. Бұл көрсеткіштер әлеуметтік желілердің күнделікті өмірдің маңызды бөлігіне айналғанын және оның коммуникативтік тәжірибеге тұрақты әсер ететінін дәлелдейді.

Сурет 2 – Әлеуметтік желіде өткізілетін уақыт

4. Күніне әлеуметтік желілерге орта есеппен қанша уақыт бөлесіз?

59 ответов

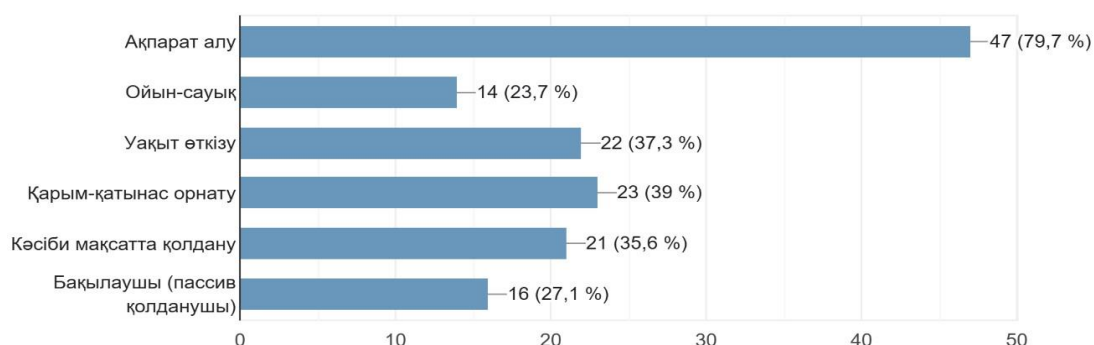


Әлеуметтік желілерді пайдалану мақсаттарына қатысты ең жоғары көрсеткіш ақпарат алу (79,7%) болды. Демек әлеуметтік желілердің тек ойын-сауық құралы емес, ақпараттық ресурсқа айналғанын көрсетеді. Сонымен қатар қарым-қатынас орнату (39%), уақыт өткізу (37,3%), кәсіби мақсат (35,6%) сияқты көрсеткіштер әлеуметтік желілердің көпфункционалды коммуникациялық алаң екенін дәлелдейді. Пассивті бақылау (27,1%) көрсеткіші де маңызды, мұнда пайдаланушылардың едәуір бөлігі белсенді қатысушы емес, бақылаушы ролінде екенін көрсетеді.

Сурет 3 – Әлеуметтік желілерді пайдалану

5. Әлеуметтік желіні көбіне қандай мақсатта қолданасыз?

59 ответов

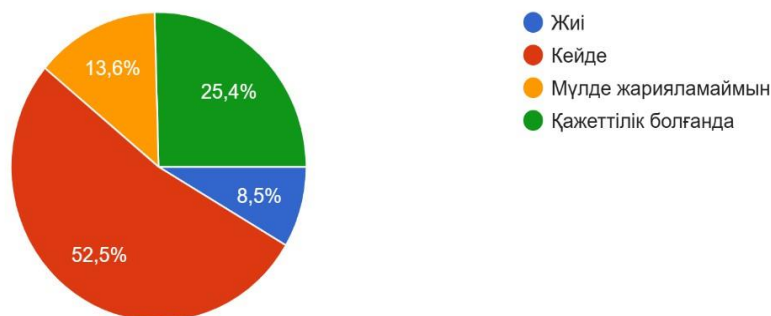


Контент өндіру деңгейіне қатысты нәтижелер респонденттердің көпшілігі тұрақты контент жасаушы емес екенін көрсетті. Атап айтқанда, 52,5%-ы контентті кейде ғана жариялайды, 25,4%-ы қажеттілікке қарай, ал тек 8,5%-ы жиі жариялайды. Әлеуметтік желілердегі мұндай құбылысты «silent majority» деп атайды, яғни пассивті немесе жартылай белсенді қолданушылардың басымдығын дәлелдейді.

Сурет 4 – Әлеуметтік желілерде контент жариялау жиілігі

6. Әлеуметтік желіде өзіңіз контент жариялайсыз ба?

59 ответов

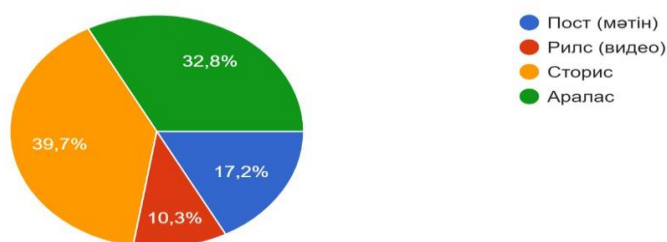


Коммуникация форматына қатысты сторис (39,7%) ең танымал формат ретінде анықталды. Бұл қысқа, уақытша және визуалды контенттің басымдығын көрсетеді. Сонымен қатар аралас формат (32,8%), яғни мәтін, сурет және видеоның біріктірілуі де кең таралған. Ал дәстүрлі мәтіндік посттар (17,2%) мен видеолар (10,3%) салыстырмалы түрде төмен көрсеткішке ие. Бұл нәтижелер қазіргі цифрлық коммуникацияның мультимодалды сипатқа ие екенін көрсетеді.

Сурет 5 – Әлеуметтік желідегі басым коммуникация форматтары

7. Қандай форматты жиі қолданасыз?

58 ответов

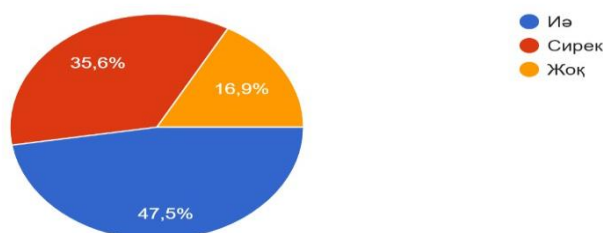


Эмодзи қолдану бойынша респонденттердің 47,5%-ы тұрақты қолданатынын, 35,6%-ы сирек қолданатынын көрсетті. Эмодзидің эмоцияны жеткізудің маңызды құралына айналғаны көрініп тұр және жазбаша коммуникацияның бейвербалды элементтермен толыққанын көрсетеді.

Сурет 6 – Коммуникацияда эмодзилерді қолдану жиілігі

8. Жазбаларыңызда эмодзи қолданасыз ба?

59 ответов

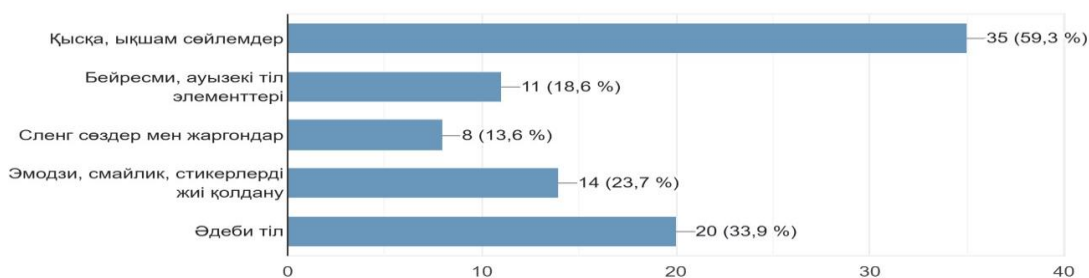


Тілдік ерекшеліктерге қатысты ең жоғары көрсеткіш қысқа, ықшам сөйлемдер (59,3%) болды. Сонымен қатар әдеби тіл (33,9%), эмодзи (23,7%), бейресми ауызекі элементтер (18,6%) және сленг (13,6%) байқалды. Бұндай көрсеткіш әлеуметтік желі тілінің толық бейресми емес, бірақ ықшамдалған, гибридті сипатқа ие екенін айқындайды.

Сурет 7 – Әлеуметтік желі пайдаланушыларының тілдік құралдарды қолдану көрсеткіші

9. Әлеуметтік желідегі жазбаларыңыз бен пікірлеріңізге қай тілдік ерекшеліктер көбірек тән?

59 ответов



Нәтижелер. «Әлеуметтік желілердегі қарым-қатынасыңыз сіздің күнделікті сөйлеу (немесе жазу) тіліңізге немесе ойыңызды жеткізу тәсіліңізге қалай әсер етті деп ойлайсыз? Өз ойыңызды қысқаша сипаттап жазыңыз» деген сұраққа берілген жауаптарды талдау нәтижесінде әлеуметтік желінің тілге әсері бірнеше бағытта көрінетіні анықталды.

Біріншіден, көптеген респонденттер әлеуметтік желілердің ойды қысқа әрі нақты жеткізу дағдысын қалыптастырғанын атап өтті. Мысалы, «ойымды қысқа, нақты жеткізуге үйретті», «ақпаратты ықшам беруге дағдыландым» деген пікірлер жиі кездеседі. Бұл цифрлық коммуникацияның когнитивтік ықпалын көрсетеді.

Екіншіден, кейбір жауаптарда әлеуметтік желілердің тілдік дағдыларды дамытуға оң әсері көрсетілген: «әдеби тілде сөйлеуге әсер етті» деген пікірлер бар. Бұл әлеуметтік желілердің тек теріс емес, белгілі бір деңгейде позитивті әсері де бар екенін дәлелдейді.

Үшіншіден, респонденттердің бір бөлігі теріс әсерлерді атап өткен. Атап айтқанда, «сленг сөздерді жиі қолдана бастадым», «грамматикалық қателер көбейді», «тірі қарым-қатынас азайды» деген пікірлер кездеседі. Сонымен қатар әлеуметтік желінің адамдарды «интровертке айналдыруы мүмкін» деген сыни көзқарастар да байқалды.

Төртіншіден, кейбір респонденттер әлеуметтік желінің әсері жоқ немесе әлсіз екенін атап өткен. Бұл пікірлер әлеуметтік желінің әсері пайдаланушының жеке тілдік тәжірибесіне байланысты екенін көрсетеді. Жалпы алғанда, талдау нәтижелері әлеуметтік желілердің тілге екіжақты әсер ететінін көрсетті: бір жағынан, ол коммуникацияны ықшам, жылдам және тиімді етсе, екінші жағынан, тілдік нормалардың әлсіреуіне және бейресми элементтердің көбеюіне ықпал етеді.

Сауалнама нәтижелері әлеуметтік желілерді пайдалану тәжірибесінің қазіргі таңда айтарлықтай трансформацияланғанын көрсетеді.

Ең алдымен, қолданылатын платформаларға қатысты деректер визуалды контентке негізделген желілердің жетекші орын алатынын айқындады. Респонденттердің 71,2%-ы Instagram-ды, 50,8%-ы TikTok-ты жиі қолданады. Бұл көрсеткіштер әлеуметтік желілердегі қазақтілді контенттің сапасы мен форматы қолданушылардың сұранысына сай өзгеріп жатқанын дәлелдейді. Отандық зерттеушілер Н.Т.Шыңғысова мен Н.М.Касымбекова атап өткендей, цифрлық ортадағы қазақ тілінің бәсекеге қабілеттілігі контенттің сапасы мен креативтілігіне тікелей байланысты [15, 38].

Әлеуметтік желілерді пайдалану мақсаттарына қатысты ең жоғары көрсеткіш ақпарат алу (79,7%) болды. Бұл Z буынының ақпаратты тұтыну әдеттерімен тығыз байланысты. С.З.Ербосынова мен А.Б.Болатхан зерттеулерінде көрсеткендей, ақпаратты жиі тұтыну ақпаратты үстірт қабылдауға (клиптік ойлау) және визуалды контентке басымдық береді [16, 126].

Орта жастағы респонденттердің (X және Y когорталары) жауаптарында әлеуметтік желілердің психологиялық әсері де байқалды. Сауалнама барысында респонденттердің бір бөлігі желінің «тірі қарым-қатынасты азайтатынын» атап өткен. А.С. Құрмашованың талдауынша, орта жастағы қолданушылар үшін виртуалды орта көбінесе стрессті азайту және әлеуметтік қолдау іздеу алаңы [17, 40].

Сауалнама нәтижесінде анықталған тілдік ерекшеліктерге тоқталсақ, ең жоғары көрсеткіш қысқа, ықшам сөйлемдерге (59,3%) тиесілі. Сонымен қатар респонденттердің 47,5%-ы эмодзиді тұрақты қолданады. Жалпы алғанда, талдау нәтижелері әлеуметтік желілердің тілге екіжақты әсер ететінін көрсетті: ол коммуникацияны жылдам әрі тиімді еткенімен, дәстүрлі тілдік нормалардың трансформациялануына ықпал етеді.

Қорытынды. Жүргізілген зерттеу әлеуметтік желілердегі коммуникацияның біркелкі емес екенін және оның жас ерекшеліктеріне қарай айтарлықтай өзгеретінін көрсетті. Бүгінгі күні адамдардың қарым-қатынас жасау тәсілі айтарлықтай өзгеріп, мәтіндік форматтан гөрі қысқа, визуалды және жылдам ақпарат алмасуға негізделген жаңа үлгі қалыптасып отырғаны байқалады. Әсіресе Z ұрпағы бұл өзгерістердің негізгі қозғаушысы ретінде көрінеді. Бұл мақаланың басты маңызы – қазақ тіліндегі әлеуметтік желі коммуникациясын нақты деректер негізінде сипаттауға талпыныс жасауында.

Яғни, жалпы пікір емес, нақты сауалнама нәтижелері арқылы қазіргі тілдік үрдістердің қалай өзгеріп жатқанын көрсетуге мүмкіндік береді. Осы тұрғыдан алғанда, зерттеу әлеуметтік желідегі қазақ тілінің қолданылу ерекшеліктерін түсінуге белгілі бір деңгейде үлес қосады. Теориялық тұрғыдан бұл жұмыс медиалингвистика, социалингвистика және цифрлық коммуникация салалары үшін маңызды. Себебі ол жас когорталарының тілдік мінез-құлқын салыстыра қарастырып, әлеуметтік желі тілінің қалай қалыптасып жатқанын көрсетеді. Бұл бағыттағы зерттеулер әлі де аз екенін ескерсек, аталған жұмыс осы олқылықтың орнын толтыруға бағытталған қадамдардың бірі десек болады. Зерттеу нәтижелерін:

- білім беру саласында (оқушылар мен студенттердің тілдік дағдыларын дамытуда),
- медиа және SMM саласында (контентті дұрыс аудиторияға бейімдеуде),
- мемлекеттік тіл саясаты аясында (қазақ тілінің цифрлық ортадағы қолданысын арттыруда) қолдануға болады. Сонымен қатар бұл нәтижелер әртүрлі жас аудиториясымен жұмыс істейтін мамандарға (мұғалімдер, журналистер, контент жасаушылар) олардың тілдік және коммуникативтік ерекшеліктерін ескеруге көмектеседі.

Зерттеу көрсеткендей, әлеуметтік желілер тілге тек теріс немесе тек оң әсер етеді деп біржақты айтуға болмайды. Бір жағынан, ол ойды қысқа әрі нақты жеткізуге үйретеді, жаңа сөздердің пайда болуына ықпал етеді. Екінші жағынан, сленгтің көбеюі, тілдік нормалардың әлсіреуі сияқты мәселелер де бар. Сондықтан бұл үрдісті бақылап, дұрыс бағытта дамыту маңызды.

Әдебиеттер

1. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
2. Baron N. S. Always On: Language in an Online and Mobile World. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – 320 p.
3. Papacharissi Z. A Private Sphere: Democracy in a Digital Age. – Cambridge: Polity Press, 2010. – 224 p.
4. boyd d. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications // A Networked Self. – New York: Routledge, 2011. – P. 39–58.
5. Маннгейм К. Проблема поколений // Социология культуры. – М.: ИНИОН РАН, 1994. – С. 47–83.
6. Strauss W., Howe N. Generations: The History of America's Future, 1584–2069. – New York: William Morrow, 1991. – 538 p.
7. Pew Research Center. Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. – Washington, DC, 2019. – URL: <https://www.pewresearch.org> (дата обращения: 20.03.2026).
8. Tapscott D. Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World. – New York: McGraw-Hill, 2009. – 384 p.
9. Bennett S., Maton K., Kervin L. The “digital natives” debate: A critical review of the evidence // British Journal of Educational Technology. – 2008. – Vol. 39. №. – 5. – P. 775–786.
10. Seemiller C., Grace M. Generation Z: A Century in the Making. – New York: Routledge, 2016. – 208 p.
11. McCrindle M., Wolfinger E. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. – Sydney: UNSW Press, 2010. – 248 p.
12. Сүлейменова Ә.Д. Тілдік жағдаят және тілдік ұжым: Әлеуметтік лингвистика мәселелері. – Алматы: Қазақ университеті, 2011. – 230 б.
13. Хасанов Б. Тілдік қатынас және ұлтаралық байланыс. – Алматы: Ана тілі, 1990. – 186 б.
14. Смағұлова Г. Мәгін лингвистикасы және прагматикасы. – Алматы: Арыс, 2005. – 192 б.
15. Шынғысова Н.Т., Касымбекова Н.М. Әлеуметтік желілердегі қазақтілді контенттің өзекті мәселелері // Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. Журналистика сериясы. – 2024. – № 1 (146). – Б. 36–46. DOI: <https://doi.org/10.26577/JPsS.2021.v77.i2.05>

16. Ербосынова С.З., Болатхан А.Б. Жастар және жаңа медиа: Z буынының ақпаратты тұтыну әдеттері // Qazaq Journal of Young Scientist. – 2025. – Vol. 3. – № 6. – Б. 124–128.

17. Құрмашова А.С. Орта жастағы адамдардың әлеуметтік желілерге тәуелділігінің психологиялық аспектілері // Хабаршы. Психология және социология сериясы. – 2021. – №2(77). – Б. 38-47. DOI: <https://doi.org/10.26577/JPsS.2021.v77.i2.05>

Б.Г. КАМБАРОВА, Г.Т. БЕЙСЕНБЕКОВА

Казахский национальный женский педагогический университет, Алматы, Казахстан

Н.Х. ШАДИЕВА

Евразийский гуманитарный институт имени А.К. Кусайинова, Астана, Казахстан

КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОЗРАСТНЫХ КОГОРТ (X, Y, Z, ALPHA) В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация. В настоящее время социальные сети стали пространством для общения, обмена информацией и самовыражения людей. Однако коммуникация в этой среде не осуществляется одинаково для всех возрастов; она различается в зависимости от возрастных особенностей с точки зрения языкового выбора, форм общения и коммуникативных стратегий. В статье рассматривается коммуникативное поведение возрастных когорт X, Y, Z и Alpha в казахскоязычном пространстве социальных сетей (Instagram, TikTok, Facebook). Цель исследования — выявить различия в языковом выборе и коммуникативных стратегиях представителей разных поколений. Для сбора эмпирических данных в ходе исследования был использован метод специально разработанного анкетирования, результаты которого подверглись статистическому и лингвистическому анализу. Результаты опроса показали, что старшее поколение (X, Y) отдает предпочтение текстам информационного и профессионального содержания, в то время как молодое поколение (Z, Alpha) склонно к мультимодальной и экспрессивно-эмоциональной коммуникации. В ходе исследования были описаны формирование навыков краткого и лаконичного изложения мыслей под влиянием социальных сетей, а также трансформация языковых норм (сленг, эмодзи, гибридный стиль). Выводы исследования дополняют теорию казахскоязычного цифрового дискурса в области медиалингвистики и социалингвистики.

Ключевые слова: социальные сети, социалингвистика, прагматика, возрастные когорты, коммуникативные особенности.

B.G. KAMBAROVA, G.T. BEISSENBEKOVA,

Kazakh National Women's Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan

N.H. SHADIYEVA

A.K. Kussayinov Eurasian Humanities Institute, Astana, Kazakhstan

COMMUNICATIVE FEATURES OF AGE COHORTS (X, Y, Z, ALPHA) IN SOCIAL MEDIA

Annotation. In the contemporary world, social media have become a key space for communication, information exchange, and self-presentation. However, communication within this environment is not uniform across all age groups; rather, it varies depending on age-related characteristics, which are reflected in language choice, forms of interaction, and communicative strategies.

The article examines the communicative behavior of X, Y, Z, and Alpha age cohorts within the Kazakh-speaking social media landscape (Instagram, TikTok, Facebook). The study aims to identify differences in language choices and communicative strategies among representatives of different generations. To collect empirical data, a specially designed survey method was employed, and the results were subjected to statistical and linguistic analysis. The survey results indicate that the older generations (X, Y) primarily prioritize informational and professional content, whereas the younger generations (Z, Alpha) lean towards multimodal and expressive-emotional communication. The study describes the development of skills for concise and brief expression of thoughts under the

influence of social media, as well as the transformation of linguistic norms (slang, emojis, hybrid style). The findings of the research contribute to the theory of Kazakh-language digital discourse in the fields of media linguistics and sociolinguistics.

Keywords: social media, sociolinguistics, pragmatics, age cohorts, communicative features.

References

1. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
2. Baron N. S. Always On: Language in an Online and Mobile World. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – 320 p.
3. Papacharissi Z. A Private Sphere: Democracy in a Digital Age. – Cambridge: Polity Press, 2010. – 224 p.
4. boyd d. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications // A Networked Self. – New York: Routledge, 2011. – P. 39–58.
5. Mannheim K. Problema pokoleni // Sosiologia kultury. – M.: INION RAN, 1994. – S. 47–83.
6. Strauss W., Howe N. Generations: The History of America's Future, 1584–2069. – New York: William Morrow, 1991. – 538 p.
7. Pew Research Center. Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. – Washington, DC, 2019. – URL: <https://www.pewresearch.org> (data obraşenia: 20.03.2026).
8. Tapscott D. Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World. – New York: McGraw-Hill, 2009. – 384 p.
9. Bennett S., Maton K., Kervin L. The “digital natives” debate: A critical review of the evidence // British Journal of Educational Technology. – 2008. – Vol. 39. – № 5. – P. 775–786.
10. Seemiller C., Grace M. Generation Z: A Century in the Making. – New York: Routledge, 2016. – 208 p.
11. McCrindle M., Wolfinger E. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. – Sydney: UNSW Press, 2010. – 248 p.
12. Süleimenova E.D. Tıldık jağdaiat jäne tıldık üjym: Äleumettik lingvistika mäseleleri. – Almaty: Qazaq universiteti, 2011. – 230 b.
13. Hasanov B. Tıldık qatynas jäne ültaralyq bailans. – Almaty: Ana tılı, 1990. – 186 b.
14. Smağulova G. Mätin lingvistikasy jäne pragmatikasy. – Almaty: Arys, 2005. – 192 b.
15. Şyñgysova N.T., Kasymbekova N.M. Äleumettik jelilerdegi qazaqtıldı kontenttiñ özekti mäseleleri // L.N. Gumilev atyndağy Eurazia ülttyq universitetiniñ Habarşysy. Jurnalistika seriasy. – 2024. – № 1 (146). – B. 36–46. DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-146-1-36-46>
16. Erbosynova S.Z., Bolathan A.B. Jastar jäne jaña media: Z buynynyñ aqparatty tütynu ädetteri // Qazaq Journal of Young Scientist. – 2025. – Vol. 3. – № 6. – B. 124–128.
17. Qırmaşova A.S. Orta jastağy adamdardyñ äleumettik jelierge täueldiliginñ psihologialyq aspektileri // Habarşy. Psihologia jäne sosiologia seriasy. – 2021. – № 2 (77). – B. 38–47. DOI: <https://doi.org/10.26577/JPsS.2021.v77.i2.05>

Авторлар туралы мәлімет:

Қамбарова Бекзат Ғабитқызы – Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университетінің докторанты, Алматы, Қазақстан.

Камбарова Бекзат Ғабитқызы – докторант Казахского национального женского педагогического университета, Алматы, Казахстан.

Kambarova Bekzat Gabitkyzy – doctoral student at the Kazakh National Women's Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan.

Бейсенбекова Гулназ Турлыбаевна – педагогика ғылымдарының кандидаты, Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университетінің қауымдастырылған профессоры, Алматы, Қазақстан.

Бейсенбекова Гулназ Турлыбаевна – кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор Казахского национального женского педагогического университета, Алматы, Казахстан.

Beisenbekova Gulnaz Turlybaevna – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Kazakh National Women's Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan.

Шадиева Нұргүл Хамзаханқызы – педагогика ғылымдарының кандидаты, А.Қ.Құсайынов атындағы Еуразия гуманитарлық институтының доценті, Астана, Қазақстан.

Шадиева Нургуль Хамзахановна – кандидат педагогических наук, доцент Евразийского гуманитарного института имени А.К.Кусаинова, Астана, Казахстан.

Shadiyeva Nurgul Hamzahanovna – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, A.K.Kussayinov Eurasian Humanities Institute, Astana, Kazakhstan.