

Научная статья

УДК 81'27:316.772(574)

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.17306>

EDN: <https://elibrary/RFCEZO>



ВИЗУАЛЬНАЯ И ВЕРБАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ГОРОДА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (КЕЙС АСТАНЫ)

Ш.К. Жаркынбекова¹ , А.А. Аймолдина²  

¹ Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Астана, Республика Казахстан;

² Astana IT University, Астана, Республика Казахстан

 aliya.aimoldina@astanait.edu.kz

Аннотация. Статья посвящена согласованности языкового выбора и визуальной маркировки городской идентичности в публикациях об Астане в социальных сетях. Языковая политика Казахстана традиционно изучается либо на материале официальных документов, либо на материале офлайн-лингвистического ландшафта, тогда как то, как она проявляется на уровне рядового пользовательского мультимодального высказывания — в соотношении между языком подписи и визуальными маркерами идентичности, — остается малоизученным. Специфика мультимодального текста заключается в том, что язык и изображение образуют два автономных семиотических канала, способных не только дублировать, но и дополнять или опровергать идентичность, заданную друг другом. Цель статьи — установить, в какой мере визуальная маркировка городской идентичности Астаны (национальная символика, узнаваемые архитектурные объекты, этнически маркированные практики) согласуется с текстом публикации на казахском, русском или английском языках, а в каких случаях изображение совпадает, дополняет или вступает в противоречие с заданной вербально идентичностью. Материалом послужил корпус из 599 мультимодальных текстов, собранных за 2023–2026 гг. Анализ строится на сочетании теории лингвистического ландшафта, концепции виртуального лингвистического ландшафта и мультимодальной социально-семиотической модели Кресса и ван Левена, адаптированной для сопоставления языковой категории поста с типом и наличием визуальной идентификационной маркировки. Применяются такие методы, как мультимедийный дискурс-анализ, статистический анализ, аннотирование видеозаписей, кодирование на базе программного обеспечения ELAN с применением критерия χ^2 Пирсона. Результаты показывают, что визуальная маркировка городской идентичности Астаны в большинстве случаев согласуется с языком публикации, при этом казахоязычный сегмент заметно чаще, чем англоязычный и русскоязычный, тяготеет к дополняющему типу взаимодействия.

Ключевые слова: виртуальный лингвистический ландшафт, цифровая коммуникация, городское пространство, мультимодальные тексты, идентичность.

Финансирование: Работа выполнена в рамках проекта, финансируемого Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (ИРН AP23488481)

Для цитирования: Жаркынбекова Ш.К., Аймолдина А.А. Визуальная и вербальная идентичность города в цифровом пространстве социальных сетей (кейс Астаны) // Terra Linguistica. 2026. Т. 17. № 3. С. 91–107. DOI: 10.18721/JHSS.17306



VISUAL AND VERBAL CONSTRUCTION OF URBAN IDENTITY IN THE DIGITAL SPACE OF SOCIAL MEDIA: THE CASE OF ASTANA

Sh.K. Zharkynbekova¹ , A.A. Aimoldina²

¹ L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan;

² Astana IT University, Astana, Republic of Kazakhstan

aliya.aimoldina@astanait.edu.kz

Abstract. This article examines the alignment between language choice and the visual marking of urban identity in social media posts about Astana. Language policy in Kazakhstan has traditionally been studied either through official documents or within offline linguistic landscapes, whereas its manifestation in everyday user-generated multimodal communication, particularly in the relationship between the language of a post and visual markers of identity, remains underexplored. A distinctive feature of multimodal texts is that language and image function as two autonomous semiotic channels that can not only duplicate but also complement or contradict the identity conveyed by one another. The aim of this article is to determine the extent to which the visual marking of Astana's urban identity (national symbols, recognizable architectural landmarks, and ethnically marked practices) aligns with the language of posts in Kazakh, Russian, or English, and to identify cases in which the visual component corresponds to, complements, or contradicts the identity constructed verbally. The study is based on a corpus of 599 multimodal texts collected between 2023 and 2026. The analytical framework combines linguistic landscape theory, the concept of the virtual linguistic landscape, and Kress and van Leeuwen's multimodal social semiotic approach, adapted to compare the language category of a post with the type and presence of visual identity markers. The methods include multimodal discourse analysis, statistical analysis, video annotation, and ELAN-based coding, with Pearson's chi-square (χ^2) test used to assess associations. The results show that the visual marking of Astana's urban identity is generally aligned with the language of the post; however, the Kazakh-language segment demonstrates a noticeably stronger tendency toward a complementary type of verbal-visual interaction than the English- and Russian-language segments.

Keywords: virtual linguistic landscape, digital communication, urban space, multimodal texts, identity.

Acknowledgements: The research was financially supported by as part of a project funded by the Science Committee of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan (IRN AP23488481).

Citation: Zharkynbekova Sh.K., Aimoldina A.A. Visual and Verbal Construction of Urban Identity in the Digital Space of Social Media: The Case of Astana, *Terra Linguistica*, 17 (3) (2026) 91–107. DOI: 10.18721/JHSS.17306

Введение

Стремительное развитие цифровой коммуникации коренным образом изменило способы представления, обсуждения и восприятия языков в общественном пространстве. С распространением платформ социальных сетей и технологий геолокации общественный дискурс все чаще разворачивается не только в физических городских пространствах, но и в виртуальной среде, где пользователи непрерывно конструируют, воспроизводят и оспаривают значения, связанные с городами, идентичностью и социальной принадлежностью. В этом контексте концепция исследований виртуального лингвистического ландшафта (Virtual Linguistic Landscape, VLL) стала важным расширением классических исследований лингвистического ландшафта (Linguistic Landscape, LL) [1], позволяя ученым изучать многоязычие, языковые идеологии и конструирование идентичности в цифровой среде. основополагающая работа Д. Ивковича и Х. Лотерингтона рассматривает VLL как языковую репрезентацию киберпространства, утверждая, что



виртуальные среды формируют собственные динамичные и постоянно развивающиеся языковые экологии, отличающиеся от физических ландшафтов [2].

Изучение VLL — достаточно новое направление для многих стран постсоветского пространства, в частности Казахстана. Исторически сложившаяся уникальная языковая ситуация в стране, активное взаимодействие нескольких языков (казахского, русского и английского) в общественной и цифровой коммуникации и влияние других экстралингвистических факторов определяет необходимость более глубокого и всестороннего обращения к анализу VLL. Малоизученными являются, к примеру, представления пользователей цифровых платформ о городском пространстве. Социальные сети стали сегодня важными пространствами цифровых идентичностей и общественных мнений. Особый интерес в этом контексте представляет новая столица Казахстана — Астана, которая в условиях интенсивных процессов национального строительства, внутренней миграции, глобализации и расширения цифровой коммуникации является перспективной площадкой для изучения того, как многоязычие, городская идентичность и пространственные представления конструируются и переосмысливаются в онлайн-дискурсе. Данная статья восполняет этот пробел, ставя своей целью изучение VLL Астаны посредством анализа мультимодальных текстов, размещенных на платформах Facebook¹ (далее — Платформа 1) и Threads² (далее — Платформа 2).

Цель статьи заключается в том, чтобы установить, в какой мере визуальная маркировка городской идентичности Астаны (национальная символика, узнаваемые архитектурные объекты, этнически маркированные практики) согласуется с текстом публикации на казахском, русском или английском языках, а в каких случаях изображение повторяет, дополняет или, напротив, вступает в противоречие с идентичностью, заданной языковым выбором, — и различается ли эта модель согласования языка и образа между платформами. Соответственно, статья ставит перед собой два исследовательских вопроса:

1) Совпадает ли визуальная маркировка городской идентичности (национальная символика, узнаваемые архитектурные объекты, этнически маркированные практики) с языком публикации об Астане, или изображение совпадает, дополняет либо противоречит той идентичности, которую задает выбор казахского, русского или английского языков, — и какие типы вербально-визуального взаимодействия при этом преобладают?

2) Устойчива ли эта модель согласования языка и образа на обеих платформах, или они вырабатывают разные стратегии?

Полученные результаты позволяют глубже понять, каким образом пользователи социальных сетей участвуют в символическом конструировании городского пространства, а также демонстрируют роль цифровой коммуникации в формировании современных представлений о городе.

Теоретические основания анализа

Классическое определение понятия LL было предложено Р. Лэндри и Р.И. Бурисом [1], которые связывали его с видимым присутствием и визуальной заметностью языков на публичных и коммерческих знаках определенной территории. К таким знакам относятся дорожные указатели, рекламные щиты, названия улиц и мест, коммерческие вывески, а также надписи на государственных учреждениях. За последние два десятилетия исследования LL существенно расширились как в теоретическом, так и в методологическом отношении. Современные работы рассматривают LL не только как совокупность вывесок и надписей, но и как динамичные семиотические пространства, в которых пересекаются многоязычие, идеология, идентичность и социальные практики [3–6]. В этой перспективе лингвистические ландшафты понимаются как активные пространства конструирования смыслов, отражающие процессы глобализации,

¹ Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ.

² Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ.



мобильности и культурных трансформаций [7]. Исследования, проведенные в таких многоязычных образованиях, как Израиль, Гонконг, Южная Африка и Страна Басков, демонстрируют, каким образом публичная языковая репрезентация связана с языковой политикой, национальными идеологиями и формированием коллективных идентичностей [8; 9]. Изучение VLL требует выхода за пределы анализа языкового выбора и обращения к более широкому спектру семиотических ресурсов, участвующих в конструировании идентичностей, пространственных значений и социальных представлений. В настоящем исследовании данное понимание расширяется применительно к цифровой среде: LL рассматривается как пространство репрезентации и взаимодействия языковых, визуальных и других семиотических ресурсов, посредством которых пользователи конструируют социальные и пространственные значения [2].

Мысль о том, что смысл рождается не в языке самом по себе, а во взаимодействии разнородных ресурсов, высказывалась в разных лингвистических традициях параллельно и независимо друг от друга. В отличие от традиционных LL, основанных преимущественно на письменных знаках в физическом пространстве, VLL формируются посредством взаимодействия различных семиотических ресурсов, включая текст, изображения, видео, эмодзи, хэштеги, геотеги и другие платформенно-специфические элементы [10; 11]. В рамках мультимодальной социальной семиотики коммуникация рассматривается как результат взаимодействия различных модусов, каждый из которых вносит собственный вклад в процесс смыслообразования [12; 13]. А.А. Бернацкой описан сам механизм этого единства как синтез разнородных семиотических систем — графической, вербальной, иконической [14].

Важную роль в изучении VLL играет мультимодальный дискурс-анализ (Multimodal Discourse Analysis, MDA), который рассматривает значение как результат взаимодействия различных семиотических модусов в конкретном социальном и коммуникативном контексте. Опираясь на системно-функциональную лингвистику М.А.К. Хэллiday [15] и работы Г. Кресса и ван Левена [12], MDA позволяет исследовать не только языковые элементы цифровой коммуникации, но и визуальную композицию, цвет, изображения, эмодзи, хэштеги, типографические средства и другие платформенно-специфические ресурсы. Последний аспект — типографическая вариативность как самостоятельный носитель прагматического значения, участвующий в формировании типографического ландшафта наравне с семиотическим, — подробно рассмотрен в работе В.Е. Чернявской применительно к текстам, где выбор шрифта, начертания и графического оформления считается коммуникантами не менее осмысленно, чем выбор слов [16]. Как отмечает А.Г. Сонин, такой графико-вербальный комплекс воспринимается не последовательно, (сначала текст, потом картинка), а как единый когнитивный акт [17].

Мультимодальный характер VLL подтверждается исследованиями различных цифровых платформ и онлайн-сред. Так, в работе Г.М. Шипициной показано, как электронные средства массовой коммуникации меняют сами речевые жанры и графическое оформление письма [18]. К примеру, один из таких платформенно-специфических жанров — интернет-мем, описывается в работе Ю.В. Шуриной как мультимодальная единица с высоким потенциалом иронии [19].

Как показал анализ платформы WeChat [20], пользователи активно комбинируют различные языки, визуальные элементы и другие семиотические ресурсы для самопрезентации и конструирования идентичности. В рамках концепции пространственного репертуара (*spatial repertoire*) автор рассматривает значение как результат взаимодействия языковых и неязыковых ресурсов, используемых для интерпретации пространства и формирования чувства принадлежности к месту [20]. Аналогичные результаты представлены в исследовании [21], согласно которому китайские исследователи используют мультимодальные ресурсы платформы WeChat для конструирования идентичностей глобальных граждан и культурных посредников.

Исследователи акцентируют внимание на необходимости учета более широкого спектра семиотических ресурсов при анализе цифровых языковых практик [22]. В работе [23] доказано,



что коммуникация в VLL определяется взаимодействием языковых, визуальных и технологических элементов, включая изображения, типографические средства, символы, отзывы пользователей и практики транслингвирования. Авторы [24], исследуя веб-сайт Университета Бравиджая в Индонезии, показали, как языковая политика учреждения реализуется не только через выбор языков, но и посредством визуального оформления интерфейса, навигационной структуры и организации цифрового контента.

В последнее время замечен интерес к мультимодальности в исследованиях по изучению городского пространства в социальных сетях, где публикации представляют собой комплексные мультимодальные конструкции, объединяющие текст, изображения, эмодзи, хэштеги, геотеги и другие элементы цифровой коммуникации. Именно эта мультимодальная природа пользовательского контента делает социальные сети сильным инструментом для изучения того, как формируется образ места, — поскольку город здесь репрезентируется не единичным каналом, а комплексом взаимодействующих семиотических ресурсов. И если еще десятилетие назад городская идентичность конструировалась преимущественно через официальный дискурс (туристические буклеты, административные документы, СМИ), то сегодня этот процесс в значительной мере децентрализован и происходит на уровне пользовательских публикаций, где каждый автор поста одновременно выступает и потребителем, и производителем городского образа. Для городов, переживающих активную трансформацию (новую застройку, смену статуса, попытки закрепить международную узнаваемость), этот пользовательский, низовой уровень репрезентации становится не менее значимым, чем официальный, а зачастую и более показательным, поскольку отражает не декларируемую, а фактически усваиваемую населением идентичность места. Все это определяет стремление исследователей рассматривать город не только как материальное или геополитическое пространство, но и как продукт эксплуатации культурных смыслов, где символические процессы становятся определяющими для городского опыта [25].

Для мультязычных постсоветских городов эта исследовательская проблема особенно значима, поскольку выбор языка публикации здесь не является нейтральным техническим решением, а несет на себе отпечаток языковой политики, статусной иерархии языков и индивидуальной идентичностной позиции автора [26]. В этом плане обращение к VLL Казахстана приобретает особый интерес в силу специфики сложившейся языковой ситуации, характеризующейся сосуществованием казахского и русского, а в последние годы и английского языков [27–30]. В цифровой среде этот процесс интенсифицируется, поскольку социальные сети становятся площадкой для отражения языковых идеологий и конструирования городского бренда. Поэтому то, насколько эта языковая позиция подтверждается, дополняется или, напротив, вступает в противоречие с визуальным содержанием поста, остается практически неисследованным вопросом. Данная статья обращается к этому пробелу на материале Астаны, рассматривая согласование языка и образа в социальных сетях как отдельную аналитическую проблему, требующую специального теоретического и методического аппарата.

Методология и методика исследования

Исследование опирается на методологический подход, объединяющий количественный анализ соотношения языка и визуальной маркировки идентичности, мультимодальный анализ вербально-визуального взаимодействия и качественную интерпретацию репрезентативных случаев. Такое сочетание продиктовано самой природой исследовательского вопроса: установить, совпадает ли визуальная маркировка идентичности с языком публикации или расходится с ним, невозможно ни через подсчет одних лишь языковых пропорций, ни через качественное описание отдельных постов — нужны количественная база для оценки распространенности типов согласования и качественная интерпретация того, как конкретно это согласование или рассогласование работает в отдельном тексте.



Объектом исследования выбрана репрезентация столицы Казахстана в дискурсе социальных сетей. Астана представляет интерес для изучения VLL по нескольким сходящимся причинам: многоязычная среда города находится под прямым воздействием трехязычной государственной политики; статус новой столицы делает город площадкой постсоветского национально-го строительства и обладателем плотного набора узнаваемых архитектурных и символических объектов (Байтерек³, Хан Шатыр⁴, объекты ЕХРО⁵ и др.), которые могут выступать визуальными маркерами идентичности независимо от языка подписи; быстрая урбанистическая трансформация и внутренняя миграция создают устойчивый поток пользовательского контента, в котором город осмысливается в реальном времени.

Формирование корпуса. Материалом послужили общедоступные мультимодальные тексты, собранные на Платформах 1 и 2 за 2023–2026 гг. методом целенаправленной выборки по геотегам, хэштегам и ключевым словам, связанным с Астаной (#Astana, #Астана, #АстанаҚаласы, «Astana», «Астана»). В корпус включались тексты при выполнении любого из следующих условий: прямое упоминание города, геотег Астаны, текстовое или визуальное обсуждение городской жизни, климата, инфраструктуры, идентичности или эмоционального восприятия города — при условии открытого доступа к публикации. Из корпуса исключались коммерческая реклама без содержательной связи с городом, дублирующиеся репосты и контент, сгенерированный ботами. Итоговый полный корпус составил 599 мультимодальных текстов (реконструкция объема приведена в разделе результатов), включающих текстовые публикации, хэштеги и сопутствующие визуальные материалы.

Процедура сбора данных. Сбор проводился вручную методом цифрового этнографического наблюдения и систематического архивирования скриншотов. Для каждой единицы фиксировались скриншот текста, дата публикации, платформа-источник, язык или языки публикации, хэштеги, визуальные компоненты и показатели вовлеченности. В соответствии с методологией VLL каждый скриншот рассматривался как единый семиотический артефакт, объединяющий текстовое, пространственное и визуальное измерения.

Стратифицированная выборка для кодирования. Для углубленного анализа из полного корпуса была сформирована стратифицированная выборка объемом 176 постов — по 22 текста на каждую из восьми страт (комбинация платформы и языковой категории: казахский, русский, английский, смешанный). Такой объем страты обеспечивает сопоставимость данных между платформами и языками при сохранении управляемого объема для ручного кодирования в программе ELAN, где один пост рассматривался как одна единица анализа (табл. 1).

Поскольку стратифицированная выборка намеренно уравнивает объем страт, она не применима для прямого расчета реальной пропорции языков. Для интерпретации языкового распределения по платформам используется обратный пересчет от указанной в таблице доли ($22 / \text{доля страты} = \text{исходный объем страты в полном корпусе}$).

Кодирование визуальной маркировки идентичности. Основная для настоящего исследования переменная — тип визуальной маркировки городской идентичности, присутствующей в изображении, видео или визуальном встроенном тексте поста. Кодирование опиралось на два уровня единиц: представленные участники ($n = 514$) — люди, здания, символы и другие объекты, зафиксированные в кадре, — и эмодзи ($n = 195$), закодированные по функции и оценочной направленности. Присутствие категории на уровне поста устанавливалось по тому, содержал ли он хотя бы одну единицу соответствующего типа среди представленных участников или эмодзи.

Национальная символика фиксировалась либо при наличии среди участников государственных символов, орнамента, юрты, флага или элементов традиционного костюма как знаковых, а

³ Байтерек (монумент) // Википедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Байтерек_\(монумент\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Байтерек_(монумент)) (дата обращения: 04.08.2026).

⁴ Хан Шатыр // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Хан_Шатыр (дата обращения: 04.08.2026).

⁵ Международный выставочный центр «ЕХРО» // VIZIT ASTANA. URL: <https://visitastana.kz/ru/exhibition-areas/mezhdunarodnyy-vystavochnyy-tsentr-expo/> (дата обращения: 04.08.2026).



Таблица 1. Распределение стратифицированной выборки по платформам и языкам

№	Платформа	Языковая категория	Публикаций в полном корпусе, <i>n</i>	Публикаций для ELAN, <i>n</i>	Доля от объема страты в полном корпусе
1	Платформа 1	Казахский	36	22	61,1%
2	Платформа 1	Русский	63	22	34,9%
3	Платформа 1	Английский	40	22	55%
4	Платформа 1	Смешанный	47	22	46,8%
5	Платформа 2	Казахский	99	22	22,2%
6	Платформа 2	Русский	221	22	10%
7	Платформа 2	Английский	22	22	100%
8	Платформа 2	Смешанный	71	22	31%
Всего			599	176	29,4% полного корпуса

не бытовых объектов, либо при наличии эмодзи с прямой национальной референцией (кз, юрта, орнаментальные мотивы). Узнаваемая архитектура определялась наличием среди участников объектов, однозначно идентифицируемых как символы Астаны, — Байтерек, Хан Шатыр, объекты ЕХРО, — в отличие от городской среды общего плана. Этномаркированные практики отмечались в том случае, если представленные участники или сопровождающий текст относили изображенное действие к традиционному празднику, ритуалу, кулинарной или досуговой практике, представленной как этнически специфичная. Если пост содержал единицы, относящиеся к нескольким категориям одновременно, кодировался доминирующий тип по визуальной заметности конкретного маркера в композиции.

Кодирование типа вербально-визуального взаимодействия. Наряду с типом визуальной маркировки идентичности кодировался тип взаимодействия между вербальным и визуальным компонентами поста — двойное кодирование, дополнение, интегративное единство, контраст [13, с. 103]. Двойное кодирование фиксировалось, когда изображение прямо повторяло идентичностный сигнал; интегративное единство — случай, когда визуальный компонент восполняет идентичностный сигнал, отсутствующий в вербальной части поста, при котором смысл невозможно вывести из одного модуса в отдельности; контраст фиксировался при прямом расхождении идентичностных сигналов.

Тематическая классификация. Для каждого поста стратифицированной выборки дополнительно фиксировались платформа, язык, год публикации, основная тема (семь укрупненных категорий: архитектура и городская эстетика; национальная и патриотическая идентичность; повседневная жизнь, принадлежность и личный опыт; городские проблемы, инфраструктура и климат; культура, события, туризм и досуг; развитие города, работа и возможности; сопоставление Астаны с другими городами) и оценочная направленность (положительная, отрицательная, нейтральная, амбивалентная/ироническая). Эти переменные не отвечают напрямую ни на один из двух исследовательских вопросов, но используются как контекстные для интерпретации количественных результатов и для отбора случаев в качественный анализ.

Статистическая обработка. Для проверки первого вопроса рассчитывалась частота каждого типа согласования (двойное кодирование/дополнение/интегративное единство/контраст) в целом по выборке и по языковым категориям, с проверкой связи между языком и типом согласования критерием χ^2 Пирсона. Для второго вопроса та же процедура повторялась отдельно для рассматриваемых платформ, после чего сопоставлялись распределения между платформами; устойчивость или различие модели между площадками оценивались через сравнение долей и, при достаточном объеме ячеек, через тест на взаимодействие переменных (платформа $\times$ язык $\times$ тип согласования).



Качественный анализ. Качественный анализ проводился на материале 176 текстов, отобранных так, чтобы представить все четыре типа согласования (двойное кодирование, дополнение, интегративное единство, контраст) на обеих платформах. Помимо иллюстративной функции, качественный анализ позволяет объяснить, почему в конкретной публикации возникает именно такое соотношение языка и образа: определяется ли оно адресатом поста, темой, официальным или ироничным регистром, платформенной нормой.

Этические принципы. В исследовании анализировался исключительно общедоступный контент социальных сетей. Имена пользователей, идентификаторы профилей и иная личная информация были анонимизированы. Иллюстративные скриншоты отобраны и представлены в соответствии с этическими принципами цифровых исследований и онлайн-этнографии.

Результаты исследования и обсуждение

Анализ полного корпуса исследования, включающего 599 мультимодальных текстов, из которых 186 текстов (31,1%) были размещены на Платформе 1 и 413 (68,9%) – на Платформе 2, показал преобладание русскоязычных публикаций (284 мультимодальных текста, или 47,4%). На казахском языке было опубликовано 135 текстов (22,5%), к смешанной языковой категории относились 118 мультимодальных текста (19,7%), а на английском языке были представлены 62 текста (10,4%) (табл. 2).

Таблица 2. Распределение полного корпуса по платформам и языковым категориям

Платформа	Казахский, <i>n</i> (%)	Русский, <i>n</i> (%)	Английский, <i>n</i> (%)	Смешанный, <i>n</i> (%)	Всего
Платформа 1	36 (19,4)	63 (33,9)	40 (21,5)	47 (25,3)	186
Платформа 2	99 (24)	221 (53,5)	22 (5,3)	71 (17,2)	413
Всего	135 (22,5)	284 (47,4)	62 (10,4)	118 (19,7)	599

Распределение языков статистически значимо различалось между платформами: $\chi^2(3, n = 599) = 48,32, p < 0,001, V$ Крамера = 0,284. Платформа 2 характеризуется значительно более высокой долей русскоязычных публикаций – 53,5% против 33,9%. В свою очередь, Платформа 1 отличается более высокой представленностью английского языка – 21,5% против 5,3%, а также несколько большей долей смешанных публикаций – 25,3% против 17,2%.

Доминирующим типом визуального маркера в корпусе закономерно выступает узнаваемая архитектура (Байтерек, Акorda⁶, «Қазақ елі»⁷ и другие городские доминанты), тогда как национальная символика в узком смысле (флаги, гербовые элементы, орнамент как самостоятельный акцент) и этнически маркированные практики (традиционный костюм, юрта, обрядовые действия) встречаются существенно реже – на них приходится, соответственно, лишь около 5% и 3,5% публикаций по всему корпусу. Это распределение задает рамку для интерпретации дальнейших результатов: модель согласования языка и образа в собранном материале строится в первую очередь вокруг архитектурной, а не этнокультурной семиотики города.

Согласование языка и визуальной маркировки

Анализ распределения типов вербально-визуального взаимодействия показал явное преобладание двойного кодирования: из 176 закодированных случаев 122 (69,3%) отнесены именно к этому типу, то есть визуальный ряд напрямую подтверждает и повторяет идентичностный сигнал, заданный языком публикации. Второй по частотности тип – дополнение – встретился в 48 случаях (27,3%): изображение вводит содержательно смежную, но не тождественную вербальному тексту информацию, расширяя, а не дублируя заявленную идентичность. Остальные

⁶ Акorda (резиденция) // Википедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Акorda_\(резиденция\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Акorda_(резиденция)) (дата обращения: 04.08.2026).

⁷ Казак ели (монумент) // Википедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Казак_ели_\(монумент\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Казак_ели_(монумент)) (дата обращения: 04.08.2026).



два типа взаимодействия — интегративное единство (три случая) и контраст (три случая) — оказались немногочисленными, суммарно не превышающими 3,5% материала.

Так, показательным примером двойного кодирования является публикация PL2_RUS_010, посвященная противопоставлению Астаны и Алматы. Вербальная часть «*Готовьтесь, война городов объявлена*» задает иронический сценарий межгородского соперничества. Цифровая иллюстрация непосредственно воспроизводит эту оппозицию: Астана и Алматы представлены как два контрастных пространства по разные стороны символической границы, а их жители изображены посредством гиперболизированных и стереотипизированных образов. Надписи «*Астанинцы*» и «*А у нас в Алматы*» дополнительно закрепляют противопоставление, уже заданное текстом. В данном случае визуальный ряд не формирует нового идентичностного значения, а прямо подтверждает и усиливает вербально выраженную множественную межгородскую идентичность. Поэтому публикация представляет собой выраженный пример двойного кодирования между текстом и изображением (рис. 1).

Иной тип взаимодействия наблюдается в публикации PL2_RUS_012, отнесенной к категории «дополнение». Вербальный текст «*Все, я не уеду из Астаны. Влюбился*» выражает личное решение остаться в городе и эмоциональную привязанность к нему. Карусель фотографий при этом не повторяет сообщение о намерении остаться, а демонстрирует современную ночную архитектуру, благоустроенную городскую среду и визуально привлекательный облик столицы. Таким образом, вербальный компонент конструирует идентичность через личную принадлежность и эмоциональную связь с местом, тогда как визуальный компонент добавляет эстетическое и пространственное обоснование этой привязанности. Текст и изображение согласуются по общей положительной оценке города, но выражают разные грани городской идентичности: личную — в тексте и архитектурно-эстетическую — в визуальном ряду (рис. 2).

Эти данные свидетельствуют о том, что в подавляющем большинстве публикаций визуальная маркировка городской идентичности Астаны действительно согласуется с языковым выбором. Модель интегративного единства, когда изображение восполняет идентичностный сигнал, отсутствующий в вербальной части, представлена в материале точно, но показательно. Так, в публикации PL2_RUS_021 вербальная часть состоит только из эмоциональной формулы «*Обожаю* ❤️» и не называет объект положительной оценки, город или конкретный аспект городской идентичности. Визуальный компонент восполняет эту смысловую неполноту, показывая панорамный вид городской застройки в теплом вечернем освещении. Именно изображение позволяет интерпретировать публикацию как выражение любви к городскому пространству (рис. 3).



Рис. 1. Двойное кодирование вербального и визуального компонентов⁸

Fig. 1. Dual coding of verbal and visual components

⁸ В целях анонимизации все имена пользователей, фотографии профилей, даты публикаций и иные идентифицирующие сведения подвергнуты пикселизации. Источник: публикации из исследовательского корпуса; изображения обработаны авторами.



Рис. 2. Дополнение вербального содержания визуальной репрезентацией
Fig. 2. Supplementing verbal content with a visual representation

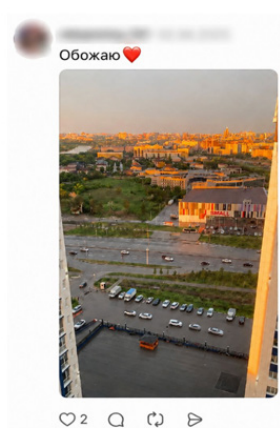


Рис. 3. Визуальная маркировка городской идентичности по типу интегративного единства
Fig. 3. Visual marking of urban identity based on the type of integrative unity

Показательно, что все три примера связаны с публикациями на русском языке, в которых вербальная часть носит краткий, функционально нейтральный или бытовой характер. В таких случаях визуальный компонент восполняет отсутствующую локальную или этнокультурную характеристику или дополнительно переосмысливает буквальное содержание текста.

Надо отметить, что связь между вербальным и визуальным компонентами может не согласовываться предметно-семантически, но ее содержательная значимость сохраняется на прагматическом, ассоциативном или коммуникативном уровне. Показателен в этом отношении пример PL2_RUS_005, где его вербальная часть («Дорогие астанчане. Скиньте ваши самые красивые фотографии Астаны») выполняет прямую информационную функцию — обращение к аудитории и приглашение к обмену контентом (рис. 4). Визуальный компонент, однако, не иллюстрирует ни город, ни фотографии, о которых просит автор. На изображении мы видим телефон и котенка, смотрящего в экран. На уровне коммуникативной ситуации телефон является каналом просмотра и распространения цифрового контента, котенок же в этом процессе выступает узнаваемым визуальным кодом социальных медиа, отсылающим к действию, к которому призывает текст (к просмотру и обмену фотографиями). В этом случае изображение сопровождает и усиливает прагматическую задачу, заключающуюся в привлечении внимания и визуализации акта цифрового взаимодействия, к которому адресованы слова автора.

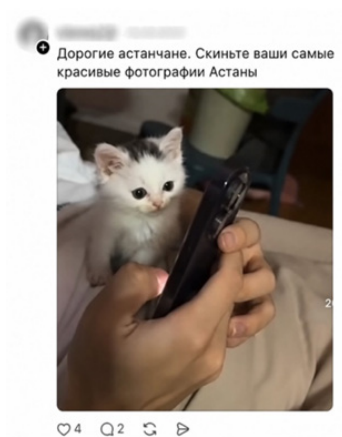


Рис. 4. Случай прагматического дополнения

Fig. 4. Case of pragmatic supplementation

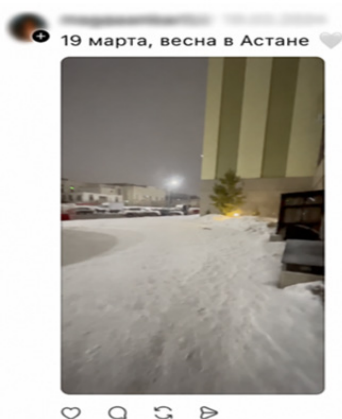


Рис. 5. Пример контраста между вербальным и визуальным компонентами

Fig. 5. Example of the contrast between verbal and visual components

Такой случай можно рассматривать как прагматическое дополнение, при котором визуальный компонент связан с вербальным через общую коммуникативную рамку поста.

Интересен также пример контраста PL2_RUS_009. Публикация, датированная 19 марта, сопровождается подписью «весна в Астане ❤️», в то время как визуально фиксируется вполне зимнее состояние природы — снег, сугробы, заснеженная городская территория (рис. 5). Между модусами возникает прямая смысловая оппозиция, и именно это несовпадение порождает иронический эффект — календарная весна формально наступила, но визуальная реальность города ей не соответствует.

При этом следует отметить, что эффект такого контраста считывается по-разному в зависимости от позиции адресата. Для Астаны продолжительная зима, захватывающая март, порой апрель, — климатическая норма, а не отклонение, и жители города воспринимают подобное изображение не как парадокс или неожиданность, а как узнаваемую обыденную реальность местного климата. Ирония здесь работает не как удивление от расхождения ожидания и факта, а как локально понятная самоирония — рефлексия сообщества над собственным климатическим опытом, обращенная к тем, кто эту специфику разделяет. Иначе говоря, формальная категория контраста между вербальным и визуальным сохраняется, но его прагматический эффект



следует описывать не как объективный сбой соответствия сезону, а как культурно и локально обусловленную интерпретацию, доступную, прежде всего, адресату, знакомому с астанинским климатом. Анализ данных примеров свидетельствует о том, что, несмотря на существующие классификации типов взаимосвязи, понять ее можно через анализ только конкретного случая, а не общей схемы.

Различия по языку публикации

Распределение мультимодальных текстов по языку показало определенную неоднородность. Так, казахоязычные публикации демонстрируют самую высокую среди всех языковых групп долю дополнения — 34,1% (15 из 44 случаев) против 65,9% двойного кодирования, тогда как в англоязычном сегменте это соотношение смещено к 71,2% двойного кодирования против 25% дополнения, а в русскоязычном — к 70,7% против 22%. Другими словами, казахоязычный текст чаще, чем русскоязычный или англоязычный, сопровождается изображением, которое не просто повторяет заявленную городскую идентичность, а привносит дополнительный, содержательно смежный слой смысла. Это согласуется с тем, что в казахоязычном сегменте вербальная идентичность чаще строится не через прямое называние архитектурных объектов, а через модусы локальной и гражданской принадлежности, которые по своей природе менее буквально визуализируемы, чем, например, туристическая или глобальная идентичность (VI5), доминирующая в англоязычном сегменте.

Интерес представляют и отдельные визуальные маркеры. К примеру, признаки национальной символики зафиксированы только в англоязычном (шесть случаев) и казахоязычном (четыре случая) сегментах — ни в русскоязычных, ни в смешанных публикациях они не встречаются. Аналогичная асимметрия заметна и по этническим практикам: три случая в англоязычном, три — в казахоязычном, ноль — в русскоязычном и смешанном сегментах. При этом распределение узнаваемой архитектуры выглядит следующим образом: она отмечена в половине казахоязычных публикаций (22 из 44) и в 42% англоязычных (22 из 52). В 22% примеров на русском языке (девять из 41) русскоязычный сегмент вместо архитектурных доминант заметно чаще опирается на публикации, где визуальный маркер городской идентичности вообще отсутствует (27 из 41 случая, то есть почти две трети). Это подтверждает тот факт, что если казахский и английский языки в этом корпусе систематически сопровождаются визуализацией конкретных городских объектов, то русскоязычные публикации заметно чаще используют изображения, не несущие узнаваемого идентичностного содержания (портреты авторов, бытовые сцены, нейтральный интерьер).

Платформенные различия

На уровне всего корпуса распределение типов вербально-визуального взаимодействия оказывается практически идентичным на обеих платформах: на Платформе 1 двойное кодирование составляет 67% (59 из 88), дополнение — 29,5% (26 из 88); на Платформе 2 — 71,6% (63 из 88) и 25% (22 из 88) соответственно. Различие статистически незначимо, что на первый взгляд подсказывает вывод об устойчивости общей модели: обе платформы не демонстрируют выраженного сдвига в сторону большей рассогласованности языка и образа. Похожим образом ведут себя и базовые визуальные маркеры — доля публикаций с национальной символикой (четыре против шести), архитектурой (33 против 36) и этническими практиками (пять против одного) различается между платформами в пределах, которые не позволяют говорить о системном платформенном эффекте на уровне всего массива.

Однако при переходе на уровень отдельных языковых сегментов можно увидеть несколько иную картину. Так, к примеру, казахоязычные публикации ведут себя на двух платформах принципиально по-разному. На Платформе 1 среди 22 казахоязычных текстов дополнение (12 случаев, 54,5%) не просто присутствует, а фактически преобладает над двойным кодированием



(десять случаев, 45,5%) — это единственная комбинация «язык × платформа» во всем корпусе, где тип взаимодействия, отличный от прямого совпадения, оказывается более частотным, чем само двойное кодирование. На Платформе 2 та же языковая группа показала противоположную тенденцию: двойное кодирование достигает 86,4% (19 из 22), а дополнение падает до 13,6% (три случая). Проверка на статистическую значимость этого расхождения (критерий χ^2 для таблицы сопряжения «платформа × тип взаимодействия» внутри казахоязычного подкорпуса) дает значение $\chi^2 = 6,47$ при $p = 0,011$, что позволяет говорить о неслучайном характере этого различия, несмотря на небольшой объем подвыборки. Содержательно это означает, что казахоязычные пользователи Платформы 1 значительно чаще сопровождают городскую идентичность, заявленную на казахском языке, изображением, которое расширяет и конкретизирует эту идентичность, а не просто иллюстрирует уже названное словом, тогда как в казахоязычном сегменте Платформы 2 изображение работает преимущественно как прямое визуальное подтверждение вербально заданной идентичности, без существенного добавления нового содержания. Ни англоязычный, ни русскоязычный сегменты подобной платформенной поляризации не демонстрируют: соотношение двойного кодирования и дополнения в этих группах колеблется в диапазоне 63–79% против 16–27% на обеих платформах без выраженного разворота в противоположную сторону. Смешанные (билингвальные и трилингвальные) публикации занимают промежуточное положение — доля дополнения у них несколько выше на Платформе 2 (35,7%), чем на Платформе 1 (24%), однако эта разница не так заметна по сравнению с тем контрастом, который выявлен в казахоязычном сегменте, и не образует статистически проверяемого разворота модели.

Таким образом, на уровне всего корпуса, без учета языка публикации, модель согласования языка и образа выглядит устойчивой: обе платформы демонстрируют сопоставимое соотношение двойного кодирования и дополнения, и никакого выраженного платформенного эффекта на этом уровне обнаружить нельзя. Но эта устойчивость возникает потому, что относительно стабильные англоязычный и русскоязычный сегменты статистически «перекрывают» казахоязычную группу, где платформенная специфика проявляется намного заметнее. Именно в этом сегменте обе платформы вырабатывают, по сути, разные семиотические стратегии: одна платформа систематически тяготеет к дополняющему, расширяющему типу взаимодействия текста и образа, другая — к прямому визуальному подтверждению вербально заявленной идентичности. Это позволяет уточнить общий вывод исследования: модель согласования языка и образа в VLL Астаны сама по себе достаточно стабильна, но ее устойчивость не универсальна для всех языков одновременно, а платформенная дифференциация носит выборочный, обусловленный языком характер, наиболее отчетливо проявляясь именно там, где происходит проявление идентичности на государственном языке.

Заключение

Проведенный анализ мультимодальных публикаций об Астане позволяет уточнить характер отношений между вербальным и визуальным модусами в цифровой репрезентации городской идентичности. Как показали результаты исследования, в большинстве текстов изображение прямо подтверждает идентичность, заданную языком публикации, при этом узнаваемая архитектура, прежде всего, оказывается тем визуальным ресурсом, вокруг которого выстраивается это совпадение. Дополнение выступает вторым по значимости типом взаимодействия и распределено неравномерно: казахоязычный сегмент прибегает к нему заметно чаще, чем англоязычный или русскоязычный. Вербальная идентичность здесь чаще строится через модусы локальной и гражданской принадлежности, требующие визуального расширения, а не буквального повторения. Русскоязычный сегмент заметно чаще, чем казахоязычный и англоязычный, обходится без узнаваемого визуального маркера города. Данный результат указывает не столько



на рассогласование языка и образа, сколько на иной, менее локализованный характер визуальной практики, сопровождающей русскоязычный текст в этом корпусе.

Платформы демонстрируют статистически неразличимое соотношение двойного кодирования и дополнения по корпусу в целом. Однако эта устойчивость перестает быть общей закономерностью, как только материал разбивается по языковым сегментам. Именно в казахоязычном сегменте платформы вырабатывают статистически значимые разные стратегии: на Платформе 1 дополнение не просто присутствует, а превосходит по частотности двойное кодирование, в отличие от Платформы 2, где пропорция прямо противоположная. Это означает, что платформенная специфика носит не универсальный, а избирательный характер: она проявляется в том случае, когда идентичность проявляется на казахском языке, и остается практически невидимой в остальных языковых сегментах.

Теоретически данный результат уточняет само понятие «платформенного эффекта» применительно к MDA. Это подтверждает мысль о том, платформу следует рассматривать как фактор, взаимодействующий с языковым выбором, а не функционирующий независимо от него. Тем самым исследование смещает теоретическую рамку анализа VLL от вопроса, какая платформа и какой язык доминируют, к вопросу о том, как платформа и язык взаимодействуют между собой в конструировании городской идентичности. Такая постановка вопроса особенно значима для постсоветского контекста, где статус языков остается символически нагруженным и продолжает дифференцированно проявляться даже в, казалось бы, нейтральной механике социальных платформ.

Полученные результаты имеют определенные ограничения, которые следует учитывать при их интерпретации. Корпус ограничен двумя платформами и определенным временным окном, что не позволяет автоматически распространять выявленную закономерность ни на другие социальные сети, ни на более длительную временную перспективу.

Дальнейшие исследования VLL могут быть сфокусированы: 1) на привлечении дополнительных платформ социальных сетей для проверки того, является ли выявленная избирательность специфической чертой рассмотренной в статье пары или более общей закономерностью цифровой репрезентации Астаны; 2) на более детальном анализе паравербальных ресурсов (хэштегов и эмодзи) как самостоятельного слоя идентичностной маркировки, способного либо усиливать, либо частично компенсировать расхождения между языком и образом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Landry R., Bourhis R.Y.** Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study // *Journal of language and social psychology*. 1997. Vol. 16. Iss. 1. P. 23–49. DOI: 10.1177/0261927x970161002
2. **Ivković D., Lotherington H.** Multilingualism in cyberspace: Conceptualising the virtual linguistic landscape // *International Journal of Multilingualism*. 2009. T. 6. № 1. P. 17–36. DOI: 10.1080/14790710802582436
3. **Blommaert J.** *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*. Bristol: Multilingual Matters, 2013. 127 p. DOI: 10.21832/9781783090419
4. **Gorter D.** *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters, 2006. 89 p. DOI: 10.21832/9781853599170
5. **Pennycook A.** Translanguaging and semiotic assemblages // *International Journal of Multilingualism*. 2017. Vol. 14. Iss. 3. P. 269–282. DOI: 10.1080/14790718.2017.1315810
6. *Linguistic Landscape in the City* / ed. by E.G. Shohamy, E.B. Rafael, M. Barni. Bristol: Multilingual Matters, 2010. XXVIII + 384 p. DOI: 10.21832/9781847692993
7. **Cenoz J., Gorter D.** Linguistic landscape and minority languages // *International Journal of Multilingualism*. 2006. Vol. 3. Iss. 1. P. 67–80. DOI: 10.1080/14790710608668386



8. **Maly I., Blommaert J.** Digital Ethnographic Linguistic Landscape Analysis (ELLA 2.0) (Tilburg Papers in Culture Studies, Paper 233). Tilburg University, 2019.
9. **Gorter D., Cenoz J.** Linguistic Landscape and Multilingualism // *Language Awareness and Multilingualism. Encyclopedia of Language and Education* / ed. by J. Cenoz, D. Gorter, S. May. Cham: Springer, 2017. P. 233–245. DOI: 10.1007/978-3-319-02240-6_27
10. **Hiippala T., Hausmann A., Tenkanen H., Toivonen T.** Exploring the linguistic landscape of geotagged social media content in urban environments // *Digital Scholarship in the Humanities*. 2019. Vol. 34. Iss. 2. P. 290–309. DOI: 10.1093/llc/fqy049
11. **Hiippala T., Väisänen T.L.A., Pienimäki H.-M.** A multimodal approach to physical and virtual linguistic landscapes across different spatial scales // *Sociolinguistic Variation in Urban Linguistic Landscapes* / ed. by S. Henricson, V. Syrjälä, C. Bagna, M. Bellinzona. Helsinki: Finnish Literature Society, 2024. P. 158–178. DOI: 10.21435/sflin.24
12. **Kress G., Van Leeuwen T.** *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London; New York: Routledge, 2020. 310 p. DOI: 10.4324/9781003099857
13. **Чернявская В.Е.** Визуальность в социокультурной проекции // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2021. № 2 (28). С. 96–109. DOI: 10.23951/2312-7899-2021-2-96-109
14. **Бернацкая А.А.** К проблеме креолизации текста // *Вестник Красноярского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2000. № 3 (11). С. 104–110.
15. **Halliday M.A.K.** Language as social semiotic // *The Discourse Studies Reader: Main currents in theory and analysis* / ed. by J. Angermüller, D. Maingueneau, R. Wodak. Amsterdam: John Benjamins. 2014. P. 263–272.
16. **Чернявская В.Е.** Типографический ландшафт и прагматика типографической вариативности // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2023. Т. 22. № 5. С. 89–100. DOI: 10.15688/jvolsu2.2023.5.6
17. **Сонин А.Г.** *Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект*. Смоленск: СГПУ, 2005. 220 с.
18. **Шипицина Г.М., Воронцова Ю.А.** Реминисценции в современных печатных средствах массовой информации // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2011. № 6 (101). С. 73–81.
19. **Щурина Ю.В.** Интернет-мемы: проблема типологии // *Вестник Череповецкого государственного университета*. 2014. № 6 (59). С. 82–86.
20. **Yao X.** Metrolingualism in online linguistic landscapes // *International Journal of Multilingualism*. 2023. Vol. 20. Iss. 2. P. 214–230.
21. **Han Y.** Translanguaging as transnational spaces: Chinese visiting scholars' language practices on WeChat // *International Journal of Multilingualism*. 2020. Vol. 17. Iss. 2. P. 174–195. DOI: 10.1080/14790718.2018.1546308
22. **Bisilki A.K.** Online linguistic landscaping and indigenous languages in multilingual Ghana // *International Journal of Multilingualism*. 2025. Vol. 22. Iss. 3. P. 1794–1819.
23. **Kimambo G.E.** Analysing persuasion strategies in online advertising for third-hand cars in Tanzania: translanguaging in the virtual linguistic landscape // *International Journal of Multilingualism*. 2025. Vol. 22. Iss. 2. P. 397–414. DOI: 10.1080/14790718.2024.2312893
24. **Putri H.A., Rohmah Z.** Virtual linguistic landscape on the website of the faculty of cultural studies, Universitas Brawijaya, Indonesia // *International Journal of Multilingualism*. 2026. Vol. 23. Iss. 1. P. 234–249. DOI: 10.1080/14790718.2025.2521720
25. **Wang Y., Feng D.** History, modernity, and city branding in China: A multimodal critical discourse analysis of Xi'an's promotional videos on social media // *Social Semiotics*. 2021. Vol. 33. Iss. 2. P. 402–425. DOI: 10.1080/10350330.2020.1870405
26. **Chernyavskaya V.E., Zharkynbekova S.K.** Code switching patterns in Kazakh-Russian hybrid language practice: An empirical study // *Training, Language and Culture*. 2024. Vol. 8. Iss. 2. P. 9–19. DOI: 10.22363/2521-442X-2024-8-2-9-19
27. **Aimoldina A., Zharkynbekova S.** Incorporating authentic models into business letter writing within the ESP course at Kazakhstani universities // *Hacettepe Egitim Dergisi*. 2014. Vol. 29. Iss. 2. P. 16–33.
28. **Zharkynbekova S., Shakhputova Z., Galiyeva B., Absadyk A.** Value Priorities of Student Youth in the Multi-Ethnic Space of Kazakhstan and Their Influence on Intercultural Communications // *Journalism and Media*. 2025. Vol. 6. Iss. 1. Art. no. 32. DOI: 10.3390/journalmedia6010032



29. Zharkynbekova Sh., Ayupova G., Galiyeva B., Shakhputova Z., Zabrodskaia A. Ethno-Linguistic Identity of Kazakhstani Student Youth in Modern Multinational Context of Kazakhstan (Sociolinguistic Analysis of Empirical Research) // Languages. 2025. Vol. 10. Iss. 2. Art. no. 33. DOI: 10.3390/languages10020033

30. Жаркынбекова Ш.К., Селиверстова Ж.Б. Лингвоаксиология ценностей в медиадискурсе Казахстана: анализ ключевых слов как репрезентантов общественных концептов // Terra Linguistica. 2025. Т. 16. № 4. С. 41–58. DOI: 10.18721/JHSS.16403

REFERENCES

[1] Landry R., Bourhis R.Y., Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study, *Journal of language and social psychology*, 16 (1) (1997) 23–49. DOI: 10.1177/0261927x970161002.

[2] Ivković D., Lotherington H., Multilingualism in cyberspace: Conceptualising the virtual linguistic landscape, *International Journal of Multilingualism*, 6 (1) (2009) 17–36. DOI: 10.1080/1479071-0802582436

[3] Blommaert J., *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Multilingual Matters, Bristol, 2013. DOI: 10.21832/9781783090419

[4] Gorter D., *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, 2006. DOI: 10.21832/9781853599170

[5] Pennycook A., Translanguaging and semiotic assemblages, *International Journal of Multilingualism*, 14 (3) (2017) 269–282. DOI: 10.1080/14790718.2017.1315810

[6] *Linguistic Landscape in the City*, ed. by E.G. Shohamy, E.B. Rafael, M. Barni, Multilingual Matters, Bristol, XXVIII + 384 p. DOI: 10.21832/9781847692993

[7] Cenoz J., Gorter D., Linguistic landscape and minority languages, *International Journal of Multilingualism*, 3 (1) (2006) 67–80. DOI: 10.1080/14790710608668386

[8] Maly I., Blommaert J., *Digital Ethnographic Linguistic Landscape Analysis (ELLA 2.0)* (Tilburg Papers in Culture Studies, Paper 233), Tilburg University.

[9] Gorter D., Cenoz J., Linguistic Landscape and Multilingualism, *Language Awareness and Multilingualism. Encyclopedia of Language and Education*, ed. by J. Cenoz, D. Gorter, S. May, Springer, Cham, 2017, pp. 233–245. DOI: 10.1007/978-3-319-02240-6_27

[10] Hiippala T., Hausmann A., Tenkanen H., Toivonen T., Exploring the linguistic landscape of geotagged social media content in urban environments, *Digital Scholarship in the Humanities*, 34 (2) (2019) 290–309. DOI: 10.1093/lc/fqy049

[11] Hiippala T., Väisänen T.L.A., Pienimäki H.-M., A multimodal approach to physical and virtual linguistic landscapes across different spatial scales, *Sociolinguistic Variation in Urban Linguistic Landscapes*, ed. by S. Henricson, V. Syrjälä, C. Bagna, M. Bellinzona, Finnish Literature Society, Helsinki, 2024, pp. 158–178. DOI: 10.21435/sflin.24

[12] Kress G., Van Leeuwen T., *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Routledge, London, New York, 2020. DOI: 10.4324/9781003099857

[13] Chernyavskaya V.E., Image and Visuality in Sociocultural Dimension, ПРАΞΗΜΑ. *Journal of Visual Semiotics*, 2 (28) (2021) 96–109. DOI: 10.23951/2312-7899-2021-2-96-109

[14] Bernatskaya A.A., K probleme kreolizatsii teksta [To the problem of creolization of the text], *Vestnik Krasnoyarskogo gosudarstvennogo universiteta. Humanities*, 3 (11) (2000) 104–110.

[15] Halliday M.A.K., Language as social semiotic, *The Discourse Studies Reader: Main currents in theory and analysis*, ed. by J. Angermuller, D. Maingueneau, R. Wodak, John Benjamins, Amsterdam, 2014, pp. 263–272.

[16] Chernyavskaya V.E., Typographic Landscape: Pragmatics of Typographic Variation, *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 22 (5) (2023) 89–100. DOI: 10.15688/jvolsu2.2023.5.6

[17] Sonin A.G., Ponimaniye polikodovykh tekstov: kognitivnyy aspekt [Understanding polycode texts: cognitive aspect], SGPU, Smolensk, 2005.

[18] Shipitsina G.M., Vorontsova Yu.A., Reminiscences in modern print media, *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki* [Scientific Bulletin of Belgorod State University. Series: Humanities], 6 (101) (2011) 73–81.



- [19] **Shchurina Yu.V.**, Internet meme: the problem of typology, Cherepovets State University Bulletin, 6 (59) (2014) 82–86.
- [20] **Yao X.**, Metrolingualism in online linguistic landscapes, International Journal of Multilingualism, 20 (2) (2023) 214–230.
- [21] **Han Y.**, Translanguaging as transnational spaces: Chinese visiting scholars' language practices on WeChat, International Journal of Multilingualism, 17 (2) (2020) 174–195. DOI: 10.1080/14790-718.2018.1546308
- [22] **Bisilki A.K.**, Online linguistic landscaping and indigenous languages in multilingual Ghana, International Journal of Multilingualism, 22 (3) (2025) 1794–1819.
- [23] **Kimambo G.E.**, Analysing persuasion strategies in online advertising for third-hand cars in Tanzania: translanguaging in the virtual linguistic landscape, International Journal of Multilingualism, 22 (2) (2025) 397–414. DOI: 10.1080/14790718.2024.2312893
- [24] **Putri H.A., Rohmah Z.**, Virtual linguistic landscape on the website of the faculty of cultural studies, Universitas Brawijaya, Indonesia, International Journal of Multilingualism, 23 (1) (2026) 234–249. DOI: 10.1080/14790718.2025.2521720
- [25] **Wang Y., Feng D.**, History, modernity, and city branding in China: A multimodal critical discourse analysis of Xi'an's promotional videos on social media, Social Semiotics, 33 (2) (2021) 402–425. DOI: 10.1080/10350330.2020.1870405
- [26] **Chernyavskaya V.E., Zharkynbekova S.K.**, Code switching patterns in Kazakh-Russian hybrid language practice: An empirical study, Training, Language and Culture, 8 (2) (2024) 9–19. DOI: 10.22363/2521-442X-2024-8-2-9-19
- [27] **Aimoldina A., Zharkynbekova S.**, Incorporating authentic models into business letter writing within the ESP course at Kazakhstani universities, Hacettepe Egitim Dergisi, 29 (2) (2014) 16–33.
- [28] **Zharkynbekova S., Shakhputova Z., Galiyeva B., Absadyk A.**, Value Priorities of Student Youth in the Multi-Ethnic Space of Kazakhstan and Their Influence on Intercultural Communications, Journalism and Media, 6 (1) (2025) 32. DOI: 10.3390/journalmedia6010032
- [29] **Zharkynbekova Sh., Ayupova G., Galiyeva B., Shakhputova Z., Zabrodskaia A.**, Ethno-Linguistic Identity of Kazakhstani Student Youth in Modern Multinational Context of Kazakhstan (Sociolinguistic Analysis of Empirical Research), Languages, 10 (2) (2025) 33. DOI: 10.3390/languages10020033
- [30] **Zharkynbekova Sh.K., Seliverstova Zh.B.**, Linguistic Axiology of Values in Kazakhstan's Media Discourse: an Analysis of Keywords as Representations of Social Concepts, Terra Linguistica, 16 (4) (2025) 41–58. DOI: 10.18721/JHSS.16403

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT AUTHORS

Жаркынбекова Шолпан Кузаровна

Sholpan K. Zharkynbekova

E-mail: zharkyn.sh.k@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4160-6215>

Аймолдина Алия Аманжоловна

Aliya A. Aimoldina

E-mail: aliya.aimoldina@astanait.edu.kz

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5437-7386>

Поступила: 06.08.2026; Одобрена: 17.09.2026; Принята: 23.09.2026.

Submitted: 06.08.2026; Approved: 17.09.2026; Accepted: 23.09.2026.