




МРНТИ 04.21.51

<https://doi.org/10.32523/3080-1702-2025-152-3-7-22>

Научная статья

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КАТЕГОРИИ «ҰЯТ» В КАЗАХСТАНСКОМ МЕДИА-ПРОСТРАНСТВЕ (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Артыкбаева Г.Т.*¹, Амитов С.А.²

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

²Казахский национальный женский педагогический университет, Алматы, Казахстан

(E-mail: artykbayeva_gulzhan@live.kaznu.kz)

Аннотация. Статья посвящена контент-анализу понятия «ұят» в казахстанском медиапространстве. Исследование охватывает как традиционные СМИ, так и социальные сети, демонстрируя, как «ұят» функционирует в качестве инструмента социального контроля, особенно в отношении женщин и молодежи. Проведенный анализ выявил основные тематические направления, связанные с гендерными нормами, молодежный протест и юмор, религиозные установки, позитивные практики применения термина и т.д. Особое внимание уделено трансформации значения «ұят» в условиях цифровой среды, где происходит столкновение традиционных и современных ценностей. Использование онлайн-инструментов мониторинга позволило получить количественные и качественные данные по охвату, тональности и динамике обсуждений.

Также проведено сопоставление с международными исследованиями феномена стыда, что позволило выявить как универсальные черты, так и уникальные особенности казахстанского контекста. Статья вносит вклад в понимание современной идентичности Казахстана, демонстрируя, как моральные концепты адаптируются или отвергаются в процессе социальной модернизации.

Теоретическая значимость исследования заключается в анализе и сопоставлении трудов казахстанских и зарубежных исследователей, таких явлений, как «ұят», «стыд» и «shame», что позволяет интегрировать исследования «ұят» в мировое научное сообщество и адаптировать зарубежные исследования к казахстанским реалиям.

Практическая значимость исследования определяется полученными количественными и качественными данными на основе контент-анализа, где определены контексты и тональность упоминаний, количество предполагаемых охватов в социальных сетях и СМИ, содержание контентом и т.д.

Ключевые слова: «ұят», контент-анализ, тональность упоминаний, социальные сети, СМИ

Введение

В казахской культуре принято было воспитывать молодое поколение тремя выражениями «ұят болады», «жаман болады» и «обал болады». «Жаман болады», означающее «будет хуже или плохо», применяется, с одной стороны, для предостережения от нерациональных, непрагматичных действий, с другой стороны, для предупреждения нарушений ритуалов, суеверий и т.д. Выражение «обал болады» означает «жалость», к примеру, показать неправильный пример ребенку либо расточительно пользоваться вещами и т.д. Применяется для описания жалости к неподобающему употреблению вещей, либо неподобающему, портящему человека отношению. «Ұят болады» означает «будет стыдно», описывая эмоциональное состояние человека, который оступился от моральных норм, совершил постыдный поступок, опозорился. Эти три выражения веками олицетворяли триединый концепт национального воспитания казахов.

Так как тема нашего исследования посвящена понятию «ұят», остановимся более подробно на этой теме.

Понятие «ұят» в Казахстане охватывает не только личные, но и социальные аспекты, играя ключевую роль в формировании общественного сознания и поведения. Социологические аспекты восприятия «ұят» можно рассмотреть через несколько ключевых направлений. Во-первых, «ұят» служит основой для моральных норм и ценностей в казахском обществе. Это понятие связано с понятием чести и достоинства, и его соблюдение рассматривается как обязательное условие для поддержания социальной гармонии. Люди, нарушающие нормы «ұят», могут столкнуться с осуждением и стигматизацией со стороны общества, что подчеркивает важность этого понятия в межличностных отношениях. Во-вторых, «ұят» влияет на воспитание и социализацию. В традиционных семьях акцент на «ұят» формирует у детей чувство ответственности за свои действия и их последствия для семьи и общества. Это понятие передается из поколения в поколение, что способствует сохранению культурных традиций и норм. В-третьих, в условиях глобализации и быстрого изменения социальных норм, восприятие «ұят» претерпевает изменения. Молодежь, особенно в городах, может воспринимать это понятие иначе, что приводит к конфликтам между традиционными и современными взглядами. Это создает новые вызовы для общества, так как старшие поколения могут не всегда понимать и принимать новые подходы к «ұят». Таким образом, «ұят» в Казахстане представляет собой сложное и многогранное понятие, которое продолжает оказывать значительное влияние на общественное восприятие, моральные нормы и межличностные отношения.

«Ұят» в казахской культуре связан и применяется в контексте соблюдения общественных норм и традиций. Это чувство связано с моральной ответственностью и восприятием себя в глазах окружающих.

Если английский «shame» отражает психологические действия человека, такие, как стеснение, позор, то смысл казахского «ұят» разворачивается в более глубоком философском смысле. Позор казахов описывается как обязанность человека перед окружающей средой, а также его настроение. В связи с тем, что казахский «ұят» – это воспитание детей, соблюдение человеческого долга, перевод казахского стыда на русский язык как «совесть», а на английский как «conscience», безусловно, будет более правильным (Юнисов, Турсынбаева, Сагатова, 2022, с.336).

Стыд – это чувство сильного смущения, неловкости от сознания предосудительности, неблаговидности своего поступка, поведения (*Словарь русского языка, 1999*).

Слово «стыд» в различных культурах может интерпретироваться по-разному.

Антропологи отмечают, что культура стыда присуща коллективным культурам – Китай, Япония, Греция, Южная Корея и т.д. Это связано с тем, что социальные нормы являются в этих странах коллективными и обязательными.

«Shame» – это болезненное чувство, представляющее собой смесь сожаления, ненависти к себе и бесчестья. Хороший человек будет чувствовать стыд, если он списал на экзамене или сделал что-то плохое другу.

«Shame» – термин, который охватывает широкий спектр эмоций, связанных с самовосприятием и оценкой своих действий (*Vocabulary.com Dictionary, 2025*).

Если в восточных культурах «ұят» часто связан с сохранением чести семьи и общины, то в западной традиции «стыд» и «shame» могут восприниматься как индивидуальное переживание, которое связано с личной моралью.

Итак, стыд может быть как индивидуальной эмоцией, основанной на личных переживаниях, так и коллективным понятием, которое может охватывать чувства групп людей, народов. В восточных культурах стыд имеет коллективное значение и регулируется обществом, сообществом, общностью, тогда как для западных культур стыд основывается на индивидуальных переживаниях.

Исследования показывают, что стыд может иметь как положительное, так и отрицательное влияние на личность. Он может служить мотивацией для улучшения поведения, также может привести к негативным последствиям, включая депрессию и развитие низкой самооценки.

Стыд оказывает значительное влияние на поведение людей в обществе – может способствовать соблюдению социальных норм или может быть использован как инструмент контроля и манипуляции.

Социокультурная структура Казахстана развивается и трансформируется под влиянием глобализации, но традиции и культурные практики также важны, а понятие «ұят» играет роль в формировании социальных норм поведения и общественного порядка. В казахской культуре «ұят» действовал как регулирующий механизм для соблюдения общественных и моральных границ человека. Общественное восприятие «ұят» отражает взаимодействие между традиционными нормами и развивающимися социальными, политическими и экономическими преобразованиями в Казахстане.

В последние десятилетия «ұят» упоминается часто на Интернет-площадках. В связи с этим исследователей интересует анализ упоминаний «ұят» в медиапространстве.

Целью данной статьи является социологическое изучение восприятия моральных ценностей и норм через категорию «ұят» в казахстанском медиапространстве.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- выявить контексты употребления слова «ұят»;
- проанализировать, в каких темах и ситуациях чаще всего используется термин: семья, образование, политика, общественная мораль, культура;
- определить тональность сообщений – позитивные и негативные;
- идентифицировать основные медиаплощадки, где тема «ұят» обсуждается активнее;
- отследить динамику употребления термина за определенный период;

- выявить стереотипы и новые тренды использования понятия «ұят»;
- выявить новые интерпретации и вызовы традициям.

Гипотезы исследования:

- казахстанская молодежь воспринимает и использует выражение «ұят» по-новому, в стиле современных трендов;
- в медиа и Интернет-пространстве в праздничные или предпраздничные дни употребление в комментариях выражений «ұят», «ұят болады» может увеличиваться.

Обзор литературы

В своей статье Kinston анализирует феномен стыда, рассматривая его в широком теоретическом контексте психоанализа. Автор подчеркивает, что стыд – это базовая эмоция, тесно связанная с самооценкой и ощущением собственной идентичности. Он отличает стыд от вины, акцентируя внимание на том, что стыд направлен на саму личность («я плохой»), тогда как вина связана с действиями («я сделал что-то плохое»).

Kinston рассматривает стыд как реакцию на нарушенные ожидания относительно собственной ценности в глазах других людей, а также как защитный механизм, поддерживающий социальные нормы и внутреннюю моральную структуру индивида. Он предлагает концепцию стыда как интегративного чувства, которое соединяет переживания уязвимости, стремления к признанию и потребности в сохранении внутренней согласованности.

Автор критикует упрощенные модели, трактующие стыд исключительно как патологическое переживание, и предлагает рассматривать его так же, как нормальную часть развития личности. Важным аспектом является способность человека справляться со стыдом конструктивно, превращая его в стимул для роста и улучшения межличностных отношений (Kinston, 1983, с.214-215).

В социологическом контексте стыд рассматривается как эмоция, поддерживающая социальную согласованность. Через осознание оценочного взгляда других стыд способствует соблюдению социальных правил.

Социологи рассматривают стыд как механизм неявного контроля над поведением. Через стыд индивидуумы сами ограничивают свои действия согласно общественным ожиданиям. Стыд играет роль в поддержании социальных норм и внутренней моральной структуры человека. Он защищает индивида от социальной изоляции и внутренней дезинтеграции. При правильной переработке стыд может стать стимулом для личностного роста и улучшения межличностных отношений.

Социологический анализ «ұят» в Казахстане связан с более широкими дискуссиями о постсоветской идентичности, гендерных отношениях, культурном консерватизме и модернизации.

В некоторых исследованиях, например, Г.Гиздатова (Гиздатова, 2019, с. 127-133), приводится дискурс-анализ казахстанского общества с целью анализа формирования и трансформации идентичности в медийном пространстве Казахстана. Автор исследует, как современные СМИ участвуют в создании представлений о национальной, гражданской и культурной идентичности. В центре внимания – постсоветская трансформация, вызовы глобализации и цифровизации. В статье отмечается изменение

национальной идентичности после распада СССР, где важную роль в формировании новых идентификационных стратегий играют СМИ. Особое внимание уделяется языковым особенностям выбора как индикатору идентичности. Также указывается, что социальные сети усилили фрагментацию дискурсов и рост альтернативных нарративов идентичности. В целом автором отмечается переосмысление казахстанской идентичности с учетом культурных особенностей, в котором активно участвует медиа. Медиа создает как консолидирующие, так и поляризующие нарративы (Гиздатов, 2019, с. 127-133). Это отражает и ситуацию вокруг применения понятия «ұят» в казахстанском медиапространстве, где оно используется как в негативном ключе – для шейминга, осуждения и т.д., так и для подчеркивания позитивного дискурса – для ограничивания от нежелательного поведения: алкоголизм, коррупция и т.д.

В ряде казахстанских медиапубликациях феномен «ұят» рассматривается как инструмент социального контроля, особенно в отношении женщин. В статье Камбековой «ұят» анализируется как источник «новой версии патриархата, установленной в итоге деколонизации» (Камбекова, 2019).

В сборнике трудов, посвященных феминизму «Феминизм в Казахстане: от Пекина до пандемии» «ұят» рассматривается как итог патриархального воспитания девочек, как ограничитель и источник различных запретов, которые превращаются в стереотипы поведения, навязываемые в патриархальном обществе, в итоге женщины умалчивают даже про насилие в семье (Голоса феминизма в Центральной Азии, 2020, с.15-54).

Рассматривание стыда в ключе гендерных и феминистских исследований – широко распространенная практика и в зарубежной науке. Изучение роли «стыда» в феминистском ключе также часто связано с его рассмотрением как инструмента патриархального контроля. Т. Shefer и S.R. Munt (2019) рассматривают стыд как инструмент патриархального контроля, особенно в отношении женской сексуальности и телесности. Авторы подчеркивают, что стыд используется для поддержания социальных норм и подавления инакомыслия. Однако они также отмечают, что стыд может быть переосмыслен и использован в феминистских целях для сопротивления и трансформации социальных структур. Примером служат акции, подобные #MeToo, которые превращают индивидуальный стыд в коллективное сопротивление (Shefer & Munt, 2019, с. 145-156).

С. Norberg (2012) анализируя корпус британского английского языка, выявляет гендерные различия в выражении и восприятии стыда. Женщины чаще ассоциируются с негативными аспектами стыда, связанными с телесностью и уязвимостью, тогда как мужской стыд чаще описывается в контексте нарушения социальных норм и стремления к их восстановлению. Это подчеркивает, как стыд способствует поддержанию гендерных иерархий (Norberg, 2012, с. 159-185).

D. Sznycer и другие (2012) в своем исследовании, проведенном в 15 традиционных обществах, показывает, что интенсивность испытываемого стыда тесно коррелирует с уровнем социальной девальвации определенных поступков. Это свидетельствует о том, что стыд является универсальным механизмом, регулирующим социальное поведение и способствующим кооперации в человеческих сообществах. По мнению ученых, «люди-собиратели обязательно живут группами, и их высокая зависимость от взаимопомощи характеризовала социальную эволюцию. Эксперимент среди 899 участников в 15

небольших сообществах, разбросанных по всему миру, несмотря на различающиеся языки, культуры и способы существования, показал, что стыд в каждом сообществе тесно связан с обесцениванием местной аудитории и это подтверждает, что он является конструкционной особенностью, созданной путем отбора, а не продуктом культурного контакта или конвергентной культурной эволюции» (Szyner, et al., 2018, с. 9702-9707).

Исследователи как Francis Inki Ha (1995) изучили «стыд» в сравнительном контексте между азиатскими и американскими культурами. В азиатских культурах «стыд» рассматривается как средство поддержания социальной гармонии и коллективной ответственности, тогда как в западных – как индивидуальное чувство, связанное с личной виной. Это подчеркивает важность культурного контекста в понимании и интерпретации «стыда» (Ha, 1995, с. 1114-1131).

Некоторые зарубежные авторы изучают «стыд» в контексте культуры и религии. В своей книге М. Warner рассматривает динамики чести и стыда в Библии и их значение для глобальной миссии. Понятие «ұят» в трудах М. Warner представляет собой не только социальный регулятор, но и глубоко религиозное понятие (Mischke, 2015, с. 163-164). В казахском контексте «ұят» восходит к исламским ценностям и служит моральным ориентиром, формирующим поведение человека в обществе.

Материалы и методы

В целях выявления популярности применения в Интернет-пространстве понятия «ұят» в декабре 2024 и апреле 2025 года проведен контент-анализ, который охватывал некоторые Интернет-ресурсы и социальные сети с применением онлайн-инструмента анализа метрик. В качестве анализируемого срока выбраны периоды с 27 ноября по 26 декабря 2024 года и с 05 апреля по 04 мая 2025 года.

Для анализа через инструмент маркетинговых метрик было выбрано ключевое слово «ұят». Были выбраны источники на казахском и русском языках – СМИ, социальные сети.

Инструмент автоматически собирает упоминания по заданным ключевым словам в реальном времени. Анализ проводился только по упоминаниям слова «ұят» без разделения на возрастные, половые, этнические и другие признаки авторов контентов.

Источники включили Twitter, TikTok, форумы, сайты новостей, YouTube и пр. Автоматически определяется эмоциональная окраска сообщений (sentiment analysis): позитивное: «Ұят емес!» («это не стыдно»), негативное: «Ұят болды!» («позор!»). Здесь можно видеть динамику: растет ли количество негатива вокруг «ұят».

Анализируются сопутствующие слова и хэштеги, чтобы понять:

- в каких контекстах чаще всего употребляется «ұят».
- какие события или явления вызывают дискуссии о стыде.

После анализа представляется визуализация данных: дашборды с графиками и таблицами – динамика упоминаний «ұят» во времени, частота определенных слов, связанных с темой «ұят» и т.д. По результатам анализа составляется выборка примеров сообщений для глубокого изучения и классификация упоминаний: воспитание детей, поведение на мероприятиях, политика, интернет-этика и пр.

Результаты и обсуждения

В ходе исследования проанализированы два месяца – декабрь и апрель для сравнения периодов с большим количеством праздничных и выходных и месяца с наименьшим количеством праздничных и выходных дней в целях проверки гипотезы «праздничной и выходной активности пользователей сетей».

Общее количество упоминаний в течение изучаемого периода (месяцев) составили в декабре 2024 года – 280 раз, в апреле меньше – 146 раз.

Из них упоминания в охваченных социальных сетях (X (Twitter), TikTok) – в декабре 163 (58% всех упоминаний), соответственно в апреле – 69 (47% всех упоминаний).

117 упоминаний вне социальных сетей в декабре (42% от всех упоминаний), в апреле 77 (53% всех упоминаний).

Активность упоминаний распределена сбалансированно между социальными сетями и другими источниками. Упоминаний за исследуемые месяцы достаточно много, что предполагает вывод о том, что тема «ұят» достаточно актуальна в казахстанском медиаполе.

Таблица 1 – Упоминания по категориям

Упоминания по категориям	декабрь, 2023		апрель, 2024	
	количество	в%	количество	в%
Новости	82	29,3%	49	33,5%
Видео	72	25,7%	51	34,9%
TikTok	70	25,0%	16	11,0%
Веб-сайты	33	11,8%	23	15,8%
X (Twitter)	21	7,5%	4	2,7%
Блоги	2	0,7%	3	2,1%
Всего	280	100%	146	100%

В декабре упоминаний «ұят» в социальных сетях было больше, чем вне социальных сетей, здесь охвачены публикационные контенты авторов и комментарии под постами, содержащими слово «ұят».

В апреле упоминаний слова «ұят» в социальных сетях было меньше, чем вне социальных сетей.

В анализе рассмотрены как заголовки созданных авторами контента, так и комментарии под постами и хэштэги, содержащие слово «ұят».

Можем увидеть, что интенсивность упоминаний «ұят» в медиапространстве прямо пропорциональна реакции населения на события, происходящие в обществе. В декабре 2023 года событий, связанных с праздничными днями, спортивными, культурными и иными социальными происшествиями в обществе, было больше, чем за наблюдаемый период в апреле.

В декабре 2024 года 165 единиц изученного контента были созданы авторами, что составляет 59% от общего количества упоминаний «ұят», в апреле 2025 года 74 единиц контента созданы пользователями, что составляет 51%. Это говорит о том, что

пользователи активно создают материалы сами, что свидетельствует о высоком уровне вовлеченности и интереса аудитории к теме.

Таблица 2 – Доля контента, созданного пользователями

Доля контента, созданного пользователями в соотношении с общим количеством упоминаний по месяцам	декабрь, 2023		апрель, 2024	
	количество	в%	количество	в%
контент, созданный пользователями	165	58,9%	74	50,7%
всего	280	100%	146	100%

Контент, не связанный с социальными сетями, охватывает заголовки и упоминается в содержании новостных сайтов, например, таких, как kaz.inform.kz, kznews.kz, stan.kz, life09.kz, на официальных сайтах газет, таких, как qazdauiri.kz, видеоматериалы официальных сайтов казахстанских телеканалов: almaty.tv, informburo.kz, также упоминания вне социальных сетей охватило видеоконтент YouTube каналов.

Предполагаемый охват аудитории в социальных сетях составляет 1 066 284 человек в декабре и 888 702 в апреле, что является высоким показателем. Общее количество взаимодействий – 52 166 в декабре и 28 372, из них лайков – 44 868 в декабре и 25 788 в апреле. Пользователи готовы поддерживать контент лайками.

Предполагаемый охват аудитории темой «ұят» вне социальных сетей (публикации в СМИ, блогах и других платформах) составляет 581 810 человек в декабре и 304 875 человек в апреле, что говорит о неплохой представленности темы «ұят» в классических медиа и об его сильном медиавесе.

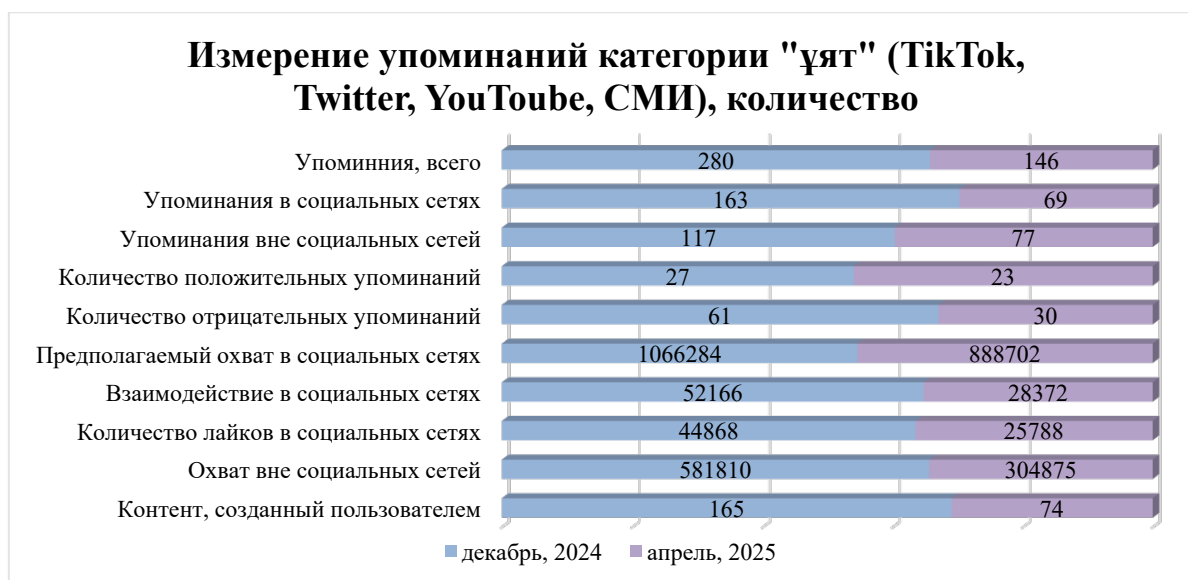


Рисунок 1 – Измерение упоминаний категории «ұят» в социальных сетях и СМИ

Тональность упоминаний в декабре включает 27 положительных (10%) упоминаний и 61 негативных (22%). Тональность упоминаний в апреле составляет 15 положительных

(10%) и 30 негативных (21%). Доля негативных упоминаний превышает долю положительных, что показывает негативный окрас использования «ұят» в казахстанском медиапространстве.

В диаграммах 2 и 3 приведено количество позитивных и негативных упоминаний по дням изучаемого периода. Среднее количество упоминаний в день в декабре составляет 9 (из общего количества упоминаний 280), среднее количество позитивных упоминаний в день – около одного раза, негативного – около двух раз. Среднее количество упоминаний в день в апреле составляет 4,9 (из общего количества 146), количество положительных и негативных упоминаний в день – около одного раза.

В декабре 2024 года упоминаний в социальных сетях было больше, чем в апреле 2025 года. Тональность упоминаний в обоих случаях не сильно отличается.

По рисункам (1 и 2) видно, что самое большое количество негативных упоминаний приходится на 15 декабря, а также на 12 и 18 декабря. В апреле количество отрицательных упоминаний приходится на 19, 28 апреля и 4 мая 2025 года.

Тематика обсуждения в сети «ұят – ұят емес» была связана с событиями, происходящими в казахстанском социуме в данный период. В декабре это были обсуждения таких событий, как матч команд «Астана – Челси», «дело Шерзата». Эти события породили дискуссии в контексте «ұят» в спортивной, юридической, политической сферах.

В апреле были такие события, как старт продаж билетов на концерт Дженифер Лопес в Астане, спортивные события, где участвовали казахстанцы, что способствовало распространению резонансных обсуждений по поводу «ұят – ұят емес» в медиапространстве Казахстана.

Таким образом, резонансные события, происходящие в социуме определяют интенсивность упоминаний в социальных сетях и в СМИ понятия «ұят» в контексте призыва к совести и справедливости, что усиливает применение данного понятия в «образумительных, корректирующих или призывающих к правильным действиям» целях.

Гипотеза о том, что в медиа и Интернет-пространстве в праздничные или предпраздничные дни употребление в комментариях выражений «ұят», «ұят болады» может увеличиваться, не подтвердилась.



Рисунок 2 – Количество положительных и отрицательных упоминаний категории «ұят» в социальных сетях и СМИ (декабрь, 2024 г.)



Рисунок 3 – Количество положительных и отрицательных упоминаний категории «ұят» в социальных сетях и СМИ (апрель, 2025 г.)

По итогам контент-анализа количественных показателей отслеживается:

- высокий уровень охвата аудитории в социальных сетях;
- высокий уровень вовлеченности аудитории и активный уровень создания контента пользователями;
- преобладание негативных упоминаний.

При анализе контента опубликованных материалов чаще всего внимание направлено на поведение, внешний вид девушек, молодежи, которые не вписываются в нормы традиционного воспитания. При этом чаще всего критика направляется на родителей девушек, «куда только смотрят родители?».

По результатам анализа контента опубликованных материалов необходимо отметить, что встречаются положительные порицания, к примеру критика недостроенных социальных объектов, незнания государственного языка государственными служащими, порицание алкоголизма, разводов среди молодежи, чрезмерного расточительства на свадебные мероприятия, проведение торжественных мероприятий только из-за возможного осуждения со стороны родственников или окружения и т.д.

Таким образом основная направленность обсуждений или публикаций в основном включают такие темы, как:

- социальная практика – обсуждаются вопросы морали, поведения на свадьбах, в быту, в Интернете;
- воспитание и традиции – поднимается тема правильного поведения детей, молодежи («ұятсыз қыз», «ұят болады»);
- культурные и национальные темы – освещаются вопросы казахских традиций, национальной гордости;

- современные проблемы общества – коррупция, алкоголизм, Интернет-скандалы, осуждение за «ұятсыз» (бесстыжее) поведение;
- юмор и сарказм – часть постов имеет ироничный тон, часто используются смех, эмодзи.

В таблице 3 приведены примеры тем и сообщений, распределенные по категориям.

Таблица 3 – Примеры тем и сообщений, распределенные по категориям

Категория	Примеры тем и сообщений
Мораль / этика	«Ұятсыз қыз, ата-анасы қайда», «ұят болады» («Бесстыжая девушка, куда смотрят ее родители», «будет стыдно»)
Критика общества	Проблемы коррупции, алкоголизма, бедственного состояния деревень
Воспитание детей	Вопросы поведения детей на дискотеках, «қыз тәрбиесі» («воспитание девушек»)
Свадьбы и тои	Давление на людей делать свадьбы из страха «ұят» («из страха стыда»)
Юмор, мемы	Шутки про телефоны, мемы про школы, TikTok-посты
Патриотизм, язык	«Қазақша сөйлеу» («Разговаривать на казахском языке»), критика чиновников за незнание казахского языка
Интернет-контент	TikTok, YouTube, рекомендации, популярные хештеги

Слово «ұят» используется в прямом и метафорическом смысле, например, для выражения самоиронии «Айфон алмай қалдым – ұят болды ғой» («не купил айфон, как стыдно»), критики социальных явлений – «Қарызға той жасап жатыр – ұят болады деп» («делают в долг свадьбу, чтобы не было стыдно»), новое упоминание – хештэг использует «ұят емес» («не стыдно») как попытку сломать стереотипы, показать, что многие традиционные установки устарели – «Туған тілінде сөйлеу – ұят емес!» («говорить на родном языке – не стыдно!») и т.д.

В результате анализа социальных сетей и СМИ следует отметить, что моральный контроль через «ұят» все еще остается мощной социальной нормой. Не можем не отметить, что Интернет становится новой ареной для обсуждения старых ценностей и норм, усиливая тенденции к критике традиций, которые мешают личному развитию.

Молодое поколение, т.е. активные пользователи социальных сетей больше всего употребляют «ұят» в юмористическом контексте. Это отслеживается в юмористических видео, где молодые люди выступают в ролях современных «келинок» («снохи»), в шутовском тоне описывают свои стеснения по поводу мобильных телефонов, средств передвижения и т.д. В то же время отслеживается тенденция среди молодых пользователей социальных сетей поддержки «стыжения» по поводу негативных явлений – осуждение алкоголизма, наркомании, коррупции и т.д. Многие стереотипные формы «ұят» – такие, как не проведение пышных торжеств, развод вместо терпения «ради детей», нетерпение грубого обращения и т.д., молодежь воспринимает скорее позитивно.

Молодые люди выступают в роли трансляторов позитивных, т.е. приносящих обществу пользу форм «стыжения», но в юмористической манере. В связи с этим гипотеза №1 о том, что казахстанская молодежь воспринимает и использует выражение «ұят» по-новому,

в стиле современных трендов подтверждена, так как отношение к феномену «ұят» молодежь (а) преподносит с использованием юмора, иронии, (б) в своих публикациях молодежь, обращая внимание на позитивность поступков использует хештэг «ұят емес», (в) ко многим стереотипным явлениям «ұят» молодые люди относятся снисходительно.

Исследования «ұят» дают важное представление о различных его аспектах. Однако они отражают определенные ограничения:

– большая часть литературы опирается на вербальный контент, не имея количественных данных для оценки распространенности или интенсивности этих установок;

– существует географическая предвзятость, при этом исследования концентрируются преимущественно на городских районах, оставляя восприятие сельской местности недостаточно изученным;

– в то время как динамика «ұят» рассматривалась с гендерной и поколенческой точек зрения, исследования, связывающие ее с экономическими, политическими, социальными и культурными изменениями, миграцией и опытом диаспор, остаются редкими.

Суть академических и общественных дебатов заключается в том, служит ли «ұят» культурной гарантией, способствующей социальной сплоченности, или ограничительным механизмом, препятствующим социальному прогрессу. Феминистские взгляды и голоса молодежи доминируют на одной стороне дебатов, в то время как консервативные защитники отстаивают ценность «ұят» в поддержании культурного наследия и моральной стабильности.

При изучении «ұят» необходимо учитывать следующие особенности:

1. Культурные аспекты «ұят». В казахской культуре «ұят» рассматривается как важный элемент морального кодекса, который регулирует поведение индивидов.

2. Сравнительный анализ с понятием shame. В западной социологии понятие shame также связано с чувством стыда и социальной осуждаемостью. Однако в казахском контексте «ұят» имеет более коллективистский характер.

3. Межпоколенческая динамика и влияние глобализации. Под воздействием глобализации и изменения социальных норм восприятие «ұят» претерпевает трансформации. Молодежь, особенно в городах, начинает воспринимать это понятие иначе. Старшее поколение часто придерживается традиционных взглядов, подчеркивающих строгое следование культурным нормам. Эта напряженность может привести к недопониманию и конфликтам в семьях и общинах, что подчеркивает необходимость диалога о ценностях.

4. Социальные последствия. Восприятие «ұят» также связано с вопросами социальной справедливости и неравенства. Стыд может использоваться как инструмент контроля в различных социальных группах, что может приводить к стигматизации определенных категорий населения.

Заключение

Проведенный контент-анализ понятия «ұят» в СМИ и социальных сетях показал, что это явление продолжает играть важную роль в казахстанском обществе как маркер социальных норм и моральных ожиданий. В традиционных медиа «ұят» преимущественно рассматривается в контексте соблюдения культурных и семейных ценностей, тогда как

в социальных сетях наблюдается расширение интерпретаций и усиление ироничного и критического отношения к понятию.

Одной из важных тенденций является то, что «ұят» все чаще используется в метафорическом и саркастическом ключе. Молодое поколение, активно участвующее в социальных сетях, переосмысливает традиционные установки: старые табу пересматриваются, появляются новые трактовки, где «ұят емес» (не стыдно) становится лозунгом свободы выбора и самовыражения. Вместе с тем сохраняется высокая эмоциональная значимость понятия в общественном дискурсе, особенно в вопросах, связанных с семьей, воспитанием детей и социальной ответственностью.

Анализ показал, что понятие «ұят» может служить как инструментом социальной консолидации, так и фактором давления на личность. Через освещение темы «ұят» СМИ и пользователи социальных сетей формируют представления о допустимом и неприемлемом поведении, останавливаясь на вопросах морали, национальной идентичности и социальной справедливости.

Исследование медийного пространства позволяет сделать вывод о динамичной эволюции понятия «ұят» в условиях современных коммуникационных реалий. Оно уже не ограничивается исключительно строгими нормами прошлого, но становится гибким символом борьбы между традицией и современностью.

Вклад авторов:

Артыкбаева Г.Т. – обзор литературы, проведение и анализ данных, интерпретация результатов.

Амитов С.А. – научное руководство, объяснение методологии, выбор концепции исследования, консультация и редактирование статьи в соответствии с требованиями журнала.

Список литературы

1. "Shame". Vocabulary.com Dictionary (2025), <https://www.vocabulary.com/dictionary/shame>
2. Ha, F. I. (1995). Shame in Asian and Western Cultures. *American Behavioral Scientist*, 38(8), p. 1114-1131. <https://doi.org/10.1177/0002764295038008007> (Original work published 1995)
3. Kinston, W. (1983). A theoretical context for shame. *The International journal of psycho-analysis*. 64 (Pt 2). 213-26 – с. 214-215.
4. Mischke, W. (2015). The Global Gospel: Achieving missional impact in our multicultural world. *Mission One*. – 354 p. – p. 163-164
5. Norberg, C. (2012). Male and female shame : a corpus-based study of emotion. *Corpora*, 7(2), p. 159-185. <https://doi.org/10.3366/cor.2012.0025>
6. Shefer, T., & Munt, S. R. (2019). A feminist politics of shame: Shame and its contested possibilities. *Feminism & Psychology*, 29(2), p. 145-156. <https://doi.org/10.1177/0959353519839755> (Original work published 2019)
7. Sznycer, D. et al. (2018) Cross-cultural invariances in the architecture of shame, *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.* 115 (39). p. 9702-9707, <https://doi.org/10.1073/pnas.1805016115>.
8. Гиздатов, Г.Г. (2019) Дискурс идентичности в медийном пространстве современного Казахстана / Г. Г. Гиздатов // *Политическая лингвистика*. – №1(73). – С. 127-133.

9. Голоса феминизма в Центральной Азии. Сборник эссе. (2020) – Алматы: Представительство Фонда Розы Люксембург в Центральной Азии. – 140 с.

10. Камбекова А. Феномен «Уят» в постколониальной перспективе. (2019). <https://feminita.kz/2019/09/uyat-postcolony/>

11. Словарь русского языка: В 4-х т. (1999) / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А.П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы.

12. Юнисов Е.А., Турсынбаева А.О., Сагатов Ш.Б. (2022). Қазақ мәтіндеріндегі «ұят» ұғымының өрнектелуі // Вестник Карагандинского университета им. Е.А.Букедова. Серия «История. Философия». – № 2(106) – с. 336.

Артыкбаева Г.Т.*¹, Амитов С.А.²

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

²Қазақ Ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ МЕДИА-КЕҢІСТІКТЕГІ «ҰЯТ» САНАТЫНЫҢ КОНТЕНТ-ТАЛДАУЫ (ӘЛЕУМЕТТАНУЛЫҚ АСПЕКТ)

Аңдатпа. Мақала қазақстандық медиа кеңістіктегі «ұят» ұғымын контент-талдауға арналған. Зерттеу дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарын да, әлеуметтік желілерді де қамтиды, «ұят» әлеуметтік бақылау құралы ретінде, әсіресе әйелдер мен жастарға қатысты қалай жұмыс істейтінін көрсетеді. Жүргізілген талдау негізгі тақырыптық бағыттарды гендерлік нормалармен байланысты, жастардың наразылығы мен қалжыңдарын, діни көзқарастарды, терминді қолданудың оң тәжірибелерін және т.б. анықтады. Дәстүрлі және заманауи құндылықтардың қақтығысы орын алатын цифрлық орта жағдайында «ұят» мағынасын өзгертуге ерекше назар аударылды. Онлайн мониторинг құралдарын пайдалану талқылаудың қамтылуы бойынша, түрі мен динамикасы бойынша сандық және сапалық деректерді алуға мүмкіндік берді.

Сондай-ақ, ұят құбылысын халықаралық зерттеулермен салыстыру жүргізілді, бұл қазақстандық контекстің әмбебап ерекшеліктерін де, бірегей ерекшеліктерін де анықтауға мүмкіндік берді. Мақала әлеуметтік жаңғырту процесінде моральдық тұжырымдамалардың қалай бейімделетінін немесе қабылданбайтынын көрсете отырып, Қазақстанның қазіргі заманғы бірегейлігін түсінуге үлес қосады.

Зерттеудің теориялық маңыздылығы «ұят», «стыд» және «shame» сияқты құбылыстарды қазақстандық және шетелдік зерттеушілердің еңбектерінде талдау және салыстыру болып табылады, бұл «ұят» зерттеулерін әлемдік ғылыми қоғамдастыққа біріктіруге және шетелдік зерттеулерді қазақстандық шындыққа бейімдеуге мүмкіндік береді.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы контент-талдау негізінде алынған сандық және сапалық деректермен анықталады, онда ескертулердің мәнмәтіні мен кілті, әлеуметтік желілер мен БАҚ-тағы болжамды қамту саны, мазмұны және т. б. көрсетілген.

Негізгі ұғымдар: «ұят», контент-талдау, сілтемелер түрі, әлеуметтік желілер, БАҚ

Artykbaeva G.T.*¹, Amitov S.A.²

¹*Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan*

²*Kazakh National Women's Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan*

CONTENT ANALYSIS OF THE CATEGORY «UYAT» IN THE KAZAKH MEDIA SPACE (SOCIOLOGICAL ASPECT)

Abstract. The article is devoted to the content analysis of the concept of «uyat» in the Kazakh media space. The study covers both traditional media and social networks, demonstrating how «uyat» functions as an instrument of social control, especially in relation to women and youth. The analysis revealed the main thematic areas related to gender norms, youth protest and humor, religious attitudes, positive practices of using the term, etc. Particular attention is paid to the transformation of the meaning of «uyat» in the digital environment, where traditional and modern values clash. The use of online monitoring tools made it possible to obtain quantitative and qualitative data on the scope, tone, and dynamics of discussions.

A comparison with international studies of the phenomenon of shame was also made, which allowed us to identify both universal features and unique characteristics of the Kazakhstani context. The article contributes to the understanding of the modern identity of Kazakhstan, demonstrating how moral concepts are adapted or rejected in the process of social modernization.

The theoretical significance of the study lies in the analysis and comparison of the works of Kazakhstani and foreign researchers of such phenomena as «uyat», «стыд» and «shame», which allows us to integrate «uyat» research into the global scientific community and adapt foreign research to Kazakhstani realities.

The practical significance of the study is determined by the quantitative and qualitative data obtained on the basis of content analysis, which identifies the contexts and tonality of mentions, the number of expected coverages in social networks and media, the content, etc.

Keywords: «uyat», content analysis, tonality of mentions, social networks, media

References

1. "Shame". Vocabulary.com Dictionary, <https://www.vocabulary.com/dictionary/shame>
2. Altynaj Kambekova (2019) Fenomen «Uyat» v postkolonial'noj perspektive. <https://feminita.kz/2019/09/uyat-postcolony/>
3. Gizdatov, G. G. (2019) Diskurs identichnosti v medijnom prostranstve sovremennogo Kazahstana / G. G. Gizdatov // Politicheskaya lingvistika. – №1(73). – p. 127-133
4. Golosa feminizma v Central'noj Azii. Sbornik esse (2020) – Almaty: Predstavitel'stvo Fonda Rozy Lyuksemburg v Central'noj Azii. – 140 p.
5. Ha, F. I. (1995). Shame in Asian and Western Cultures. *American Behavioral Scientist*, 38(8), p. 1114-1131. <https://doi.org/10.1177/0002764295038008007> (Original work published 1995)
6. Kinston, W. (1983). A theoretical context for shame. *The International journal of psycho-analysis*. 64 (Pt 2). 213-26, p. 214-215
7. Mischke, W. (2015). The Global Gospel: Achieving missional impact in our multicultural world. *Mission One*. – 354 p. – p. 163-164
8. Norberg, C. (2012). Male and female shame : a corpus-based study of emotion. *Corpora*, 7(2), p. 159–185. <https://doi.org/10.3366/cor.2012.0025>

9. Shefer, T., & Munt, S. R. (2019). A feminist politics of shame: Shame and its contested possibilities. *Feminism & Psychology*, 29(2), p. 145-156. <https://doi.org/10.1177/0959353519839755> (Original work published 2019)

10. Slovar' russkogo yazyka: V 4-h t. (1999) / RAN, In-t lingvistich. issledovaniy; Pod red. A. P. Evgen'evoy. – 4-e izd., ster. – M.: Rus. yaz.; Poligrafresursy

11. Sznycer D., et al. (2018) Cross-cultural invariances in the architecture of shame, *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.* 115 (39). p. 9702-9707, <https://doi.org/10.1073/pnas.1805016115>.

12. Yunisov E.A., Tursynbaeva A.O., Sagatova Sh.B. (2022). Қазақ мәтіндегі «ұят» ұғымның өрнектелуі // *Vestnik Karagandinskogo universiteta im. E.A.Buketova. Seriya «Istoriya. Filosofiya»*. -- № 2(106) – p. 336

Сведения об авторах

Артыкбаева Гүлжан Турусбекқызы – автор для корреспонденции, докторант кафедры социологии и социальной работы Казахского национального университета имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Амитов Сұлтанқожа Абдукадырович – кандидат социологических наук, ассоциированный профессор кафедры Общественно-гуманитарных дисциплин Казахского национального женского педагогического университета, Алматы, Казахстан

Авторлар туралы мәліметтер

Артықбаева Гүлжан Тұрысбекқызы – хат-хабар авторы, әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, әлеуметтану және әлеуметтік жұмыс кафедрасының докторанты, Алматы, Қазақстан

Амитов Сұлтанқожа Әбдіқадырұлы – әлеуметтану ғылымдарының кандидаты, Қазақ Ұлттық қыздар педагогикалық университеті, қоғамдық-гуманитарлық пәндер кафедрасының қауымдастырылған профессоры, Алматы, Қазақстан

Information about the authors

Artykbaeva Gulzhan Turuspekkyzy – corresponding author, PhD student, Department of Sociology and Social Work, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Amitov Sultankozha Abdukadyrovich – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Social and Humanitarian Discipline, Kazakh National Women's Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan