




**ПЕДАГОГИКА ҒЫЛЫМЫНЫҢ ТАРИХЫ ЖӘНЕ ЗАМАНАУИ
БІЛІМ БЕРУ МЕН ҰЛТТЫҚ ТӘРБИЕНІҢ ӘДІСНАМАЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ НАУКИ,
ОБРАЗОВАНИЯ И НАЦИОНАЛЬНОГО ВОСПИТАНИЯ**

МРНТИ 14.35.00

<https://doi.org/10.51889/2959-5762.2025.87.3.001>

Кулсариева А.Т.,¹  Нурбаева А.М.,^{1*}  Исатаева А.А.² 

¹ *Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

² *Жетысуский университет имени Ильаса Жансугурова, г. Талдықорган, Казахстан*

**РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ КАК КУЛЬТУРНЫЙ КОНСТРУКТ: СИМВОЛИЧЕСКАЯ
ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ И ВОСПИТАНИЯ**

Аннотация

Настоящая статья посвящена анализу программы «Рухани жаңғыру» как культурного конструкта и особенностей её символической политики в системе образования и воспитания Казахстана. В условиях нарастающей визуализации и медиатизации общественной жизни символическая политика становится ключевым инструментом формирования национальной идентичности. Программа «Рухани жаңғыру», инициированная в Казахстане в 2017 году, представляет собой один из наиболее масштабных культурных проектов постсоветского пространства. Однако эффективность её символического компонента вызывает вопросы с точки зрения интериоризации, эмоциональной сопричастности и устойчивой ассоциативной насыщенности. Целью исследования стало выявление структуры, типов и степени восприятия символических элементов программы «Рухани жаңғыру» в контексте культурной политики.

Методологическая рамка опирается на социосемиотический анализ, нарратологию и качественную социологию. Эмпирическая база включает анкетирование 575 респондентов, проведение фокус-групп и полуструктурированных интервью с представителями пяти целевых аудиторий. Результаты показали высокий уровень узнаваемости визуальных символов, но при этом – низкую когнитивную интериоризацию и слабую аффективную вовлечённость, особенно среди молодёжи и жители телей негородских территорий. Выводы исследования подтверждают ограниченность административно-трансляционной модели символической политики и необходимость перехода к диалогическому, интерактивному и соавторскому формату работы с символами. Статья предлагает критерии оценки символической эффективности и рекомендации по культурной локализации, цифровой репрезентации и вовлечению целевых групп в процессы смыслопроизводства. Исследование дополняет современные дискуссии о визуальной культуре, символическом взаимодействии и идентификационных практиках в условиях постсоветской трансформации. Полученные результаты раскрывают специфику функционирования символов программы в образовательных и воспитательных контекстах.

Ключевые слова: символическая политика, визуальные символы, Рухани жаңғыру, культурная идентичность, интериоризация.

А.Т.Кулсариева,¹  А.М.Нурбаева,^{1*}  А.А.Исатаева² 

¹ *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан*

² *Илияс Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, Талдықорған қ., Қазақстан*

**РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ МӘДЕНИ ҚҰРЫЛЫМ РЕТІНДЕ: БІЛІМ БЕРУ
ЖӘНЕ ТӘРБИЕ ЖҮЙЕСІНДЕГІ СИМВОЛИКАЛЫҚ САЯСАТ**

Аңдатпа

Бұл мақала Қазақстандағы «Рухани жаңғыру» бағдарламасын мәдени құрылым ретінде және оның білім беру мен тәрбие жүйесіндегі символикалық саясатының ерекшеліктерін талдауға арналған. Қоғамдық өмірдің визуалдануы мен медиатизациясы үдерісінде символикалық саясат ұлттық бірегейлікті қалыптастырудың басты құралына айналууда. Қазақстанда 2017 жылы бастау алған «Рухани жаңғыру» бағдарламасы посткеңестік кеңістіктегі ең ауқымды мәдени жобалардың бірі болып табылады. Алайда оның символикалық компонентінің тиімділігі интериоризация, эмоциялық қатыстылық және тұрақты ассоциативтік қанықтылық тұрғысынан бірқатар сұрақтар тудырады. Зерттеудің мақсаты – «Рухани жаңғыру» бағдарламасының символдық элементтерінің құрылымын, типтерін және қабылдану деңгейін мәдени саясат контекстінде анықтау.

Методологиялық негізі – социосемиотикалық талдау, нарратология және сапалық социологиялық әдістер. Эмпириялық база ретінде 575 респондентке жүргізілген сауалнама, фокус-топтар және бес мақсатты аудиториямен жартылай құрылымдалған сұхбаттар алынған. Зерттеу нәтижелері визуалдық символдардың жоғары танымалдылығын, бірақ когнитивтік интериоризация мен эмоциялық қатыстылықтың төмен деңгейін көрсетті, әсіресе жастар мен ауылдық аймақ тұрғындары арасында. Зерттеу қорытындылары символикалық саясаттың әкімшілік-трансляциялық моделінің шектеулілігін және символдармен жұмыс істеудің диалогтық, интерактивті, соавторлық форматына көшу қажеттілігін дәлелдейді. Мақала символикалық тиімділікті бағалау критерийлерін және мәдени локализация, цифрлық репрезентация, нысаналы топтарды мағына қалыптастыру үдерісіне тарту жөнінде ұсыныстар ұсынады. Зерттеу посткеңестік трансформация жағдайындағы визуалдық мәдениет, символикалық өзара әрекеттестік және идентификациялық тәжірибелерге қатысты заманауи ғылыми пікірталастарды толықтырады. Алынған нәтижелер бағдарлама символдарының білім беру және тәрбие контекстеріндегі жұмыс істеу ерекшеліктерін айқындайды.

Түйін сөздер: символикалық саясат, визуалдық символдар, Рухани жаңғыру, мәдени бірегейлік, интериоризация.

Kulsariyeva A.,¹  Nurbayeva A.,^{1*}  Issatayeva A.² 

¹ Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan

² Ilyas Zhansugurov Zhetysu University, Taldykorgan, Kazakhstan

RUHANI ZHANGYRU AS A CULTURAL CONSTRUCT: SYMBOLIC POLITICS IN THE SYSTEM OF EDUCATION AND UPBRINGING

Abstract

This article is devoted to the analysis of the “Rukhani Zhangyru” program as a cultural construct and the specific features of its symbolic policy within the system of education and upbringing in Kazakhstan. Amid increasing visualization and mediatization of public life, symbolic policy is becoming a key instrument for shaping national identity. The “Rukhani Zhangyru” program, initiated in Kazakhstan in 2017, stands as one of the most ambitious cultural projects in the post-Soviet space. However, the effectiveness of its symbolic component raises concerns in terms of interiorization, emotional engagement, and sustainable associative density. The aim of this study is to identify the structure, types, and degree of perception of the symbolic elements of the “Rukhani Zhangyru” program within the context of cultural policy.

The methodological framework is based on socio-semiotic analysis, narratology, and qualitative sociology. The empirical base includes a survey of 575 respondents, focus groups, and semi-structured interviews with representatives of five target audiences. The results revealed a high level of recognition of visual symbols, yet low cognitive interiorization and weak affective involvement, particularly among youth and residents of non-urban areas. The findings confirm the limitations of an administratively transmissive model of symbolic politics and emphasize the need for a dialogical, interactive, and co-creative format for engaging with symbols. The article proposes criteria for assessing symbolic effectiveness and offers recommendations on cultural localization, digital representation, and the involvement of target groups in meaning-making processes. This research contributes to current academic debates on visual culture, symbolic interaction, and identification practices under post-Soviet transformation. The obtained results reveal the specific features of the functioning of the program’s symbols in educational and upbringing contexts.

Keywords: symbolic policy, visual symbols, Rukhani Zhangyru, cultural identity, interiorization.

Введение. Современные государственные стратегии формирования национальной идентичности всё чаще опираются не на традиционные идеологические конструкции, а на гибкие, многослойные культурные конструкты, интегрирующие в себе символические элементы, визуальные образы, нарративные схемы и аксиологические коды. В условиях глобализации, цифровизации и усиления символической конкуренции между различными акторами идентичности культурная политика государств трансформируется в сторону медиатизированных и визуально насыщенных форм коммуникации. Логика брендинга, эмоциональной привязки и семиотического оформления сегодня зачастую оказывается более действенной, чем нормативно-правовая или административная риторика [1, с. 1720–1721; 2; 3, с. 217].

Подобная трансформация особенно актуальна для обществ, переживающих этап глубокой культурной и институциональной трансформации, сталкивающихся с задачей переопределения идентичности на фоне исторических разрывов, институциональной нестабильности и внешне-политических вызовов. В данном исследовании программа «Рухани жаңғыру» рассматривается как культурный конструкт, реализующий символическую политику в системе образования и воспитания. Такой подход позволяет оценить не только общекультурный, но и педагогико-

воспитательный потенциал символов программы. Казахская программа «Рухани жаңғыру», инициированная в 2017 году, является одним из наиболее амбициозных примеров культурной политики, направленной на модернизацию общественного сознания. Позиционируемая как стратегия духовного обновления, программа стремится объединить традиционные национальные ценности с требованиями современного мира, выступая при этом как инструмент символической интеграции, идентификационного позиционирования и культурного воспроизводства. Однако на уровне повседневной культуры, социальной перцепции и эмоционального отклика возникает ряд противоречий, ставящих под вопрос эффективность используемых символических решений. В частности, фиксируется низкий уровень интериоризации ключевых символов программы, слабая аффективная вовлечённость различных социальных групп, а также отсутствие устойчивых ассоциативных связей, необходимых для функционирования символов как репрезентантов культурной идентичности [4, с.89–95; 5, с.150–151].

Актуальность темы определяется необходимостью переосмысления роли символов в современной культурной политике, а также выявления факторов, влияющих на эффективность или неэффективность символических инициатив. В условиях стремительной медиаэволюции, роста визуальной грамотности и фрагментации аудиторий традиционные формы символической репрезентации теряют свою воздействующую силу. Современные исследования фиксируют трансформацию визуальной политики государств от репрезентативных моделей к интерактивным и ко-креативным стратегиям, в которых аудитория не только воспринимает символы, но и становится соучастником их интерпретации и воспроизводства [1, с.1725; 6, с.219; 2, с.81–87].

Программа «Рухани жаңғыру», запущенная в Казахстане в 2017 году, является одним из наиболее масштабных примеров институционализированной символической политики в постсоветском регионе. Изначально позиционируемая как стратегия духовной модернизации, программа декларировала цель соединения национального наследия с вызовами глобального мира, предложив новый язык репрезентации идентичности через визуальные, нарративные и аксиологические компоненты. Однако, как показывают данные казахстанских эмпирических исследований, в том числе последних лет, на уровне повседневной культуры возникает противоречие между официальной семиотической рамкой и реальным восприятием этих символов населением [4, с.91; 5, с.151]. Символическая политика как предмет научного анализа была широко разработана в трудах М.Эдельмана, П.Бурдьё, Б.Андерсона, К.Кастельса. Их концепты – «символическая власть», «воображаемое сообщество», «информационная идентичность» – легли в основу анализа процессов нацстроительства и легитимации через знаки, образы и нарративы [7; 8, с.114; 9; 10, с.203]. В частности, Бурдьё подчёркивал, что символическая власть возможна только при признании со стороны реципиента, а не только благодаря институциональной трансляции [8, с.117].

В современных исследованиях культурной дипломатии и nation branding обозначаются ключевые критерии успешности символов: вовлечённость аудитории в соавторство, локализация нарративов, цифровая репрезентация и эмоциональная валентность образов [3, с.218–219; 1, с.1727; 6, с.222].

В постсоветском пространстве, как отмечает М.Ларьюэль, программы подобного рода часто играют компенсаторную роль, стремясь восполнить идеологический вакуум посредством визуально-семиотических структур [11, с.132–135]. Это также подтверждается в работах Д.Кудайбергеновой, которая рассматривает «Рухани жаңғыру» как инструмент переформатирования исторического времени и культурного воображения через символические формы [12, с.1012–1015]. Однако автор подчёркивает, что в условиях жёстко вертикализированной модели коммуникации символы часто не получают отклика, а символическое конструирование оказывается недоосвоенным целевыми группами [12, с.1027].

Казахстанские исследователи также активно разрабатывают тему символической политики. В частности, А.К.Мухтарова и Ж.Т.Шарипова рассматривают программу «Рухани жаңғыру» как постколониальный проект символической легитимации, указывая на её высокую формализованность и низкую смысловую насыщенность [13, с.74–76]. Исследование К.Н.Касымовой и

А.Ж.Дуисеновой фиксирует слабую эмоциональную включённость и отсутствие личностных ассоциаций у молодых респондентов в отношении ключевых символов программы [4, с.91–94]. А.Б.Жумабеков и Г.К.Курманбекова, анализируя региональный аспект символической политики, выявляют доминирование унифицированных образов, слабо адаптированных к локальному контексту [5, с.150–153]. Вместе с тем, несмотря на широкий интерес к данной теме, в отечественной литературе практически отсутствует попытка комплексного анализа символической архитектуры программы «Рухани жаңғыру» как культурного конструкта, включающего визуальные, вербальные, нарративные и аксиологические уровни.

Международные эмпирические работы последних лет также демонстрируют, что символы, будучи оторваны от жизненного контекста, теряют свою эффективность. Исследования в области визуального национализма в Восточной Европе, Юго-Восточной Азии и Латинской Америке подчёркивают, что только символы, соотношённые с повседневным опытом и поддерживаемые сетями смыслов, могут выполнять идентификационные и легитимирующие функции [14; 15; 16]. Таким образом, переход от трансляционной к диалоговой модели символической политики – ключевой тренд последних лет в международной практике.

Цель исследования – выявить структуру, типы и уровень восприятия символических элементов программы «Рухани жаңғыру» как культурного конструкта, а также оценить специфику их функционирования в системе образования и воспитания.

Ключевые задачи исследования включают:

1. Выделить и типологизировать визуальные, вербальные, нарративные и аксиологические символы программы «Рухани жаңғыру» в образовательном и воспитательном измерении.
2. Эмпирическое исследование степени узнаваемости, когнитивной интериоризации, эмоционального отклика и ассоциативной насыщенности символов в выборке из пяти целевых групп (молодёжь, студенты, преподаватели, госслужащие, жители районных центров).
3. Выявить факторы, способствующие либо препятствующие символической эффективности программы в системе образования и воспитания.
4. Сопоставление полученных данных с международным опытом символической политики.
5. Формулирование рекомендаций по повышению эффективности символического компонента культурных программ.

Научная новизна исследования заключается в междисциплинарной интеграции социосемиотического анализа, инструментов культурной политики и эмпирических данных в рамках единой исследовательской модели. Впервые программа «Рухани жаңғыру» рассматривается не просто как совокупность институциональных установок, а как целостный культурный конструкт, обладающий многоуровневой символической архитектурой. Исследование позволяет переосмыслить символы не как директивно заданные элементы, а как объекты, проходящие через процессы восприятия, интерпретации и аффективного усвоения в массовом сознании. Таким образом, символы анализируются в их жизненном цикле – от производства до рецепции и возможной трансформации в социокультурной практике.

Научная значимость работы заключается в концептуализации программы «Рухани жаңғыру» как ресурса символического взаимодействия и механизма культурной инженерии, функционирующего в постсоветском контексте модернизационных вызовов. Теоретический вклад исследования состоит в развитии типологии символических компонентов (визуальных, вербальных, нарративных, аксиологических), а также в продуктивном синтезе методологических подходов семиотики, нарратологии и критической культурной политики. Кроме того, в рамках эмпирической части исследования осуществлена верификация гипотез о степени символической эффективности, интериоризации и ассоциативной насыщенности символов в различных социальных группах, что позволяет говорить о выходе за пределы дескриптивного уровня анализа.

Практическая значимость результатов определяется возможностью применения разработанных теоретико-методологических и эмпирических положений в проектировании, адаптации и оценке культурных программ, ориентированных на формирование национальной идентичности, аффективную мобилизацию граждан и воспроизводство ценностных ориентиров. Разра-

ботанные критерии оценки эффективности символической политики могут быть использованы при ревизии существующих культурных стратегий, а также при разработке новых символических моделей, чувствительных к региональному, возрастному и профессиональному контекстам целевых аудиторий.

Таким образом, актуальность, теоретическая разработанность и исследовательская новизна темы обуславливают необходимость проведения междисциплинарного анализа программы «Рухани жаңғыру» как культурного конструкта. Исследование предлагает выйти за пределы декларативных описаний и рассматривать символическую политику как динамичный процесс производства смыслов, вовлекающий государственные, академические и общественные ресурсы в борьбу за интерпретацию, легитимацию и воспроизводство идентичностей. Программа «Рухани жаңғыру» в этом контексте является не просто идеологическим документом, но и символическим ландшафтом, на котором разыгрываются современные культурные сценарии Казахстана.

Основные положения.

1. Программа «Рухани жаңғыру» рассматривается как культурный конструкт, интегрирующий визуальные, вербальные, нарративные и аксиологические элементы, целенаправленно транслируемые для формирования национальной идентичности и модернизационного мировоззрения.

2. Символический аппарат программы поддается структурной типологизации по уровням (визуальному, вербальному, нарративному, аксиологическому) и функциям (идентификационной, мобилизационной, легитимирующей), что позволяет аналитически описать механизмы символического воздействия.

3. Эмпирическое исследование, охватившее пять социальных групп (молодёжь, студенты, преподаватели, госслужащие, жители районных центров), выявило высокий уровень визуальной узнаваемости символов и одновременно низкую степень их когнитивной интериоризации, эмоционального отклика и ассоциативной включённости.

4. Установлено, что ограниченная эффективность символов объясняется их слабой адаптацией к локальным культурным кодам, недостатком интерактивных механизмов вовлечения и доминированием вертикальной трансляции смыслов.

5. Разработаны критерии оценки символической эффективности культурных программ, включающие: а) узнаваемость; б) уровень интериоризации; в) эмоциональную валентность; г) ассоциативную плотность; д) воспроизводимость в повседневной культурной практике. Эти критерии могут быть применены для ревизии и проектирования идентификационных инициатив в Казахстане.

Материалы и методы. Методологическое основание настоящего исследования базируется на междисциплинарном подходе, сочетающем инструменты культурной семиотики, теории символической политики, нарративного анализа и качественной социологии. Такая комплексная модель анализа обусловлена природой исследуемого объекта – государственной программы «Рухани жаңғыру», рассматриваемой в данном исследовании как культурный конструкт, интегрирующий в себе совокупность визуальных, текстовых и аксиологических элементов, целенаправленно транслируемых в публичное пространство с целью формирования национальной идентичности и конструирования будущего социального порядка.

Методологическая рамка опирается на ключевые концепции современной культурной теории. В частности, в качестве теоретической опоры использованы положения символической политики, предложенные М.Эдельманом, в которых политические программы рассматриваются как системы символов, предназначенные для управления коллективным воображаемым [7]. Также используется концепт культурного конструкта, разработанный Б.Андерсоном и М.Кастельсом, позволяющий трактовать государственные идеологемы как сознательно проектируемые и институционально воспроизводимые нарративы [9;10]. Семиотический подход, восходящий к Ю.М.Лотману и Р.Барту, служит основой для декомпозиции визуальных и текстовых элементов на значимые знаки, репрезентирующие культурные коды, архетипы и

ценностные матрицы [17;18]. В дополнение применяется нарративный анализ, основанный на работах П.Рикёра, направленный на выявление структурированных смыслов и целевых сюжетов, сконструированных внутри официальной риторики программы [19].

На основе этой методологической конструкции был сформирован многоуровневый аналитический инструментарий, включающий три взаимосвязанных блока: семиотический анализ, контент-анализ и качественное эмпирическое исследование. Эти методы позволили всесторонне охватить как структуру символического содержания «Рухани жаңғыру», так и реальные формы его восприятия и интерпретации в массовом сознании.

Первый блок исследования – семиотический анализ – был направлен на структурную декомпозицию визуальных и текстовых компонентов программы. В его рамках анализировались логотипы «Рухани жаңғыру», региональные бренды, ключевые лозунги и их визуальное оформление. Особое внимание уделялось выделению денотативных и конотативных значений, обнаружению скрытых идеологических импликаций, а также выявлению аксиосемантических доминант. Анализ проводился по модели трёхуровневой интерпретации: формальной (знаковый уровень), семантической (ценностные коды) и функциональной (целевая риторическая нагрузка символа).

Второй блок – контент-анализ официальных текстов – охватывал широкий массив программных и сопроводительных документов, включая тексты оригинальной статьи-программы 2017 года, методические пособия, отчёты Министерства культуры и информации, материалы региональных проектных офисов, а также публичные выступления ключевых представителей идеологического аппарата. На этой основе была построена частотная матрица ключевых концептов, выявлены устойчивые нарративные фреймы и описаны механизмы репрезентации ценностей. Особое внимание уделялось способам вербализации понятий «ұлттық сана» (национальное сознание), «мәдени мұра» (культурное наследие), «заманауи адам» (современный человек), а также их роли в формировании идеологического поля программы.

Третий блок исследования был сфокусирован на качественном анализе восприятия символических элементов программы и включал проведение фокус-групп и полуструктурированных интервью. Целью данного этапа являлось выявление того, как символы, транслируемые в рамках официальной культурной политики, интерпретируются, принимаются либо отвергаются участниками в их повседневном опыте. Полевые исследования проводились в различных регионах Казахстана и охватывали широкий спектр социокультурных контекстов. Отбор респондентов осуществлялся по принципу целевой стратификации, что обеспечило репрезентативность восприятия символов на разных уровнях социальной структуры. Интервью проводились по единому исследовательскому гайдю, включавшему блоки вопросов, направленных на выявление степени узнаваемости визуальных и вербальных элементов, глубины ассоциативной проработки, личностной значимости, эмоционального отклика и потенциальных сценариев интерпретации. Полученные данные позволили зафиксировать важные различия между официально транслируемыми смыслами и индивидуальными моделями восприятия, а также оценить степень включённости символов в повседневную семиосферу.

Собранные данные были обработаны с использованием метода тематического кодирования, а также методик смысловой категоризации. Особое внимание уделялось выявлению расхождений между официально транслируемыми нарративами и индивидуальными интерпретациями участников. Результаты анализа показали, что значительная часть символов воспринимается как формально узнаваемая, но эмоционально и ценностно нейтральная. Лишь часть участников демонстрировала признаки интериоризации символов на уровне личных установок и ценностных ориентаций.

Интеграция данных из трёх аналитических блоков позволила реализовать принцип методологической триангуляции и повысить достоверность выводов. Сопоставление данных семиотического и контент-анализа с результатами фокус-групп выявило существующие диссонансы между декларативным уровнем культурной политики и практиками её восприятия. Так, символы, обладающие высокой визуальной эксплицитностью и идеологической нагрузкой

(например, логотип программы), не обеспечивают устойчивого ценностного резонанса, в то время как отдельные элементы регионального брендинга, обладающие локальной культурной спецификой, воспринимаются как более органичные и аутентичные.

Таким образом, применённая методология обеспечивает комплексную и эмпирически верифицируемую картину функционирования программы «Рухани жаңғыру» как символического ресурса в системе культурной политики Казахстана. Сочетание теоретической строгости и эмпирической насыщенности позволило выявить как структурные особенности символического содержания, так и реальные ограничения его культурной действенности в различных социокультурных сегментах.

Результаты и обсуждение. Настоящее исследование опирается на методологию смешанных методов, сочетая количественные и качественные подходы к изучению символической эффективности программы «Рухани жаңғыру» в системе образования и воспитания, с особым акцентом на восприятие символики в педагогической среде. Такая стратегия позволила обеспечить методологическую полноту, внутреннюю валидацию и многоаспектный охват феномена.

Эмпирическая база строилась с использованием принципов методологической триангуляции, что предполагает перекрёстное сопоставление данных, полученных с помощью анкетирования, фокус-групповых обсуждений, полуструктурированных интервью, а также контент- и семиотического анализа медиаматериалов и официальных документов программы.

Количественный компонент исследования представлен анкетированием 575 респондентов, отобранных на основе стратифицированной выборки по пяти ключевым социальным категориям: преподаватели высших и средне-специальных учебных заведений; студенты вузов; молодёжь в возрасте 18–25 лет (в том числе молодые специалисты); государственные служащие; жители малых городов и сельских населённых пунктов. Такая типология была обусловлена необходимостью сопоставить восприятие символики в среде с различной степенью институциональной ангажированности, территориальной принадлежности и культурной вовлечённости. География опроса охватывала как столичные и областные центры, так и периферийные территории, что позволило выявить диспропорции между центральным и региональными уровнями рецепции символов.

Каждому участнику исследования предлагалось оценить ключевые элементы символической системы программы на основе четырёх аналитических критериев: визуальная узнаваемость, степень когнитивной интериоризации, наличие эмоционального отклика и ассоциативная насыщенность. Кроме того, предусматривалась возможность дать развернутые комментарии, что позволило зафиксировать скрытые семантические отклики и субъективные интерпретации, не укладывающиеся в формат закрытых вопросов. В дополнение к анкетному этапу были организованы фокус-групповые обсуждения и серия индивидуальных полуструктурированных интервью, направленных на выявление глубинных смыслов, эмоциональных установок и нарративных моделей, ускользающих от фиксации в стандартизированных инструментах опроса. Такой подход обеспечил не только верификацию количественных результатов, но и реконструкцию символического восприятия в его контекстуальной и аффективной полноте.

На основе контент- и семиотического анализа медиапродукции и официальных материалов программы «Рухани жаңғыру» была выделена четырёхуровневая модель символического представления, охватывающая визуальный, вербальный, нарративный и аксиологический уровни. Каждый из этих уровней несёт определённую коммуникативную нагрузку и выполняет специфическую функцию в рамках символической политики.

На визуальном уровне идентифицированы такие элементы, как логотип программы со стилизованной птицей, цветовая палитра, фирменный шрифт, региональные графические мотивы и инфографика, используемые в брендбуке и на официальных платформах. Эти знаки призваны обеспечить моментальное узнавание и формировать визуальную целостность символического пространства.

Вербальный уровень включает в себя ключевые лозунги и концепты, транслируемые через слоганы и официальную риторику: «Ұлттық сана», «Сананың ашықтығы», «Туған жер»,

«Қоғамдық сананы жаңғырту». Эти формулы закрепляются в публичной коммуникации, учебных материалах и информационных кампаниях, выполняя задачу смысловой стабилизации и институционального навязывания дискурса.

На нарративном уровне прослеживаются устойчивые дискурсивные конструкции, включающие темы национального развития, модернизации сознания, восстановления исторической памяти, духовного возрождения и цивилизационного выбора. Эти нарративы активизируются в выступлениях политических лидеров, документальных фильмах, социальных роликах и просветительских изданиях.

Аксиологический уровень представляет собой совокупность ценностных ориентаций, имплицитно или эксплицитно транслируемых через визуально-вербальные и риторические формы. Среди доминирующих ценностей — патриотизм, духовность, трудолюбие, инновационность, открытость миру, уважение к традициям и исторической памяти.

Таким образом, на основе семиотического картографирования была реконструирована многоуровневая символическая система программы, обеспечивающая её знаковую репрезентацию в публичной сфере. Однако дальнейший эмпирический анализ показал, что наличие структурированной символической системы не гарантирует её интериоризации и включённости в повседневное сознание различных социальных групп. Это обусловило необходимость перехода к анализу восприятия этих уровней со стороны целевых аудиторий, что и составило содержание следующего этапа исследования.

На эмпирическом этапе исследования была проведена многомерная оценка эффективности символического компонента программы «Рухани жаңғыру» среди различных социальных групп. Основу количественного анализа составило анкетирование 575 респондентов с использованием стратифицированной выборки, включающей пять целевых аудиторий: преподаватели, студенты, молодёжь (18–25 лет), государственные служащие и жители малых городов и сельских территорий. Такой состав позволил отразить различия по признакам институциональной включённости, территориальной принадлежности и возрастной стратификации. Каждому респонденту предлагалось ответить на серию вопросов, касающихся визуального, вербального, нарративного и аксиологического восприятия символов программы.

Полученные данные подтвердили гипотезу о неравномерной эффективности различных уровней символической коммуникации. Так, логотип программы демонстрировал высокий уровень узнаваемости: 92% преподавателей, 90% студентов, 85% молодёжи, 83% госслужащих и 78% жителей малых населённых пунктов сообщили, что узнают этот визуальный образ. Однако на уровне содержательной интерпретации фиксировался резкий спад: только 35% преподавателей, 28% госслужащих, 23% студентов, 19% молодёжи и 12% жителей негородских территорий смогли пояснить символическое значение логотипа. Преобладали неопределённые ответы: «это, кажется, птица — значит свобода», «часто вижу, но не знаю, что она значит», «это, наверное, про культуру».

Результаты указывают на поверхностную когнитивную проработку визуального символа. Визуальная узнаваемость, достигнутая за счёт масштабной репрезентации в информационном пространстве, не сопровождается глубинным осмыслением. Логотип функционирует как элемент визуального оформления, но не как значимый маркер идентичности. Такой разрыв между формальной узнаваемостью и содержательной интериоризацией иллюстрирует общий вектор символической рецепции, где визуальные знаки остаются в поле декларативной репрезентации и не проходят процесс когнитивного закрепления в индивидуальном или коллективном опыте. Этот вывод нашёл количественное подтверждение в эмпирических данных, демонстрирующих высокий уровень визуальной узнаваемости логотипа при крайне низкой степени его содержательной интериоризации.

Эмпирические данные показали высокий уровень узнаваемости логотипа программы «Рухани жаңғыру» в системе образования и воспитания среди всех исследуемых социальных групп: 92% преподавателей, 90% студентов, 85% молодёжи, 83% государственных служащих и 78% респондентов из малых населённых пунктов отметили, что узнают данный визуальный символ.

Однако при переходе от поверхностного узнавания к содержательной интерпретации наблюдается значительное снижение показателей. Так, лишь 35% преподавателей, 28% госслужащих, 23% студентов, 19% представителей молодёжи и 12% респондентов вне крупных городов смогли более или менее чётко пояснить символическое значение логотипа. Наиболее частыми оказались неопределённые, эмоционально нейтральные и слабо аргументированные ответы: «это, наверное, птица», «видел на баннерах», «что-то про свободу», «это связано с казахскими традициями». Анализ полученных данных позволяет заключить, что визуальный образ демонстрирует ограниченную степень когнитивной интериоризации и слабо укореняется в индивидуальном и коллективном опыте респондентов, что обуславливает его пониженный уровень смысловой наполненности и символической значимости.

Как видно на *рис. 1*, между двумя уровнями восприятия – узнаваемостью и интерпретацией – фиксируется чёткий символический разрыв. Визуальная репрезентация логотипа оказывается эффективной в аспекте распространённости и запоминаемости, однако не сопровождается адекватной интерпретационной глубиной. Визуализированные данные чётко демонстрируют, что, несмотря на институциональную тиражируемость образа, он не становится катализатором идентификационных процессов. На диаграмме видно, что наиболее выраженное снижение показателей наблюдается в молодёжной и периферийной аудитории, где интерпретация уступает узнаваемости в 3–6 раз. Этот дисбаланс указывает на то, что логотип программы функционирует преимущественно как формально-декоративный элемент, не вступающий в устойчивую когнитивную или аффективную связь с реципиентами. Таким образом, визуальный символ остаётся частью административно-визуального ландшафта, но не интегрируется в индивидуальные или коллективные семиосферы.

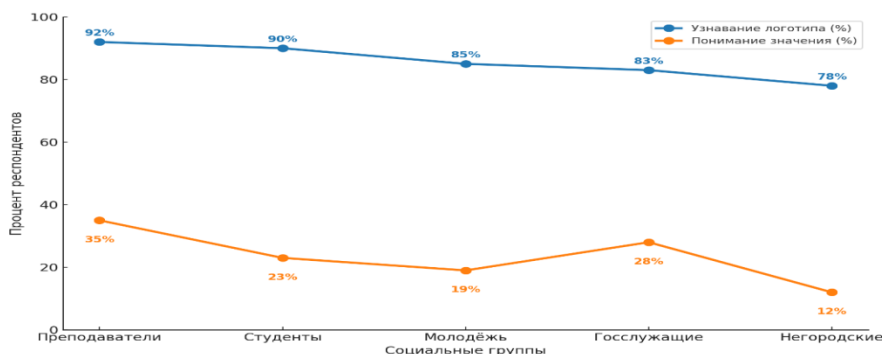


Рис. 1. Узнавание и интерпретация логотипа программы «Рухани жаңғыру» среди различных социальных групп (в %)

Диаграмма отражает соотношение между уровнем визуальной узнаваемости логотипа и способностью респондентов к его содержательной интерпретации. Пять групп (преподаватели, студенты, молодёжь, госслужащие, жители малых населённых пунктов) демонстрируют устойчивый паттерн: высокая узнаваемость при низкой интериоризации. Особенно остро этот разрыв проявляется в нерелективных и неинституционализированных аудиториях, что свидетельствует о декоративном характере символа.

Этот дисбаланс между визуальной представленностью и смысловой интерпретацией оказывается характерным не только для логотипа, но и для других компонентов символической системы программы. Анализ восприятия вербальных символов, аффективных реакций и ассоциативных связей выявил выраженную стратификацию между социальными группами по степени включённости в символическое пространство программы. В частности, преподаватели демонстрируют наиболее высокие значения по всем трём параметрам: 48% смогли воспроизвести и интерпретировать лозунги программы, 40% отметили наличие эмоционального отклика, а 35% – устойчивые личные или культурные ассоциации, связанные с символикой «Рухани жаңғыру». Госслужащие также демонстрируют умеренную степень когнитивной и эмоцио-

нальной включённости (интериоризация – 43%, эмоциональный отклик – 33%, ассоциативная насыщенность – 28%), однако характер их восприятия зачастую обусловлен профессиональной ангажированностью, а не личной сопричастностью.

Как показывает рис. 2, среди молодёжи и студентов отмечается заметное снижение всех трёх индикаторов: интериоризация составляет 34% и 37% соответственно, эмоциональная вовлечённость – 22% и 25%, ассоциативная насыщенность – 19% и 23%. В этих группах зафиксированы доминирующие установки дистанцирования и равнодушия: символика воспринимается как «официальный стиль», «административная кампания» или «плакатный фон», что подтверждает отсутствие устойчивых смысловых и эмоциональных связей. Особенно низкие показатели были зарегистрированы среди респондентов из малых и сельских населённых пунктов, где лишь 24% смогли воспроизвести лозунги, 15% отметили эмоциональное вовлечение, а только 12% – наличие ассоциативных связей. Таким образом, символика программы в этих аудиториях остаётся периферийной и отчуждённой.

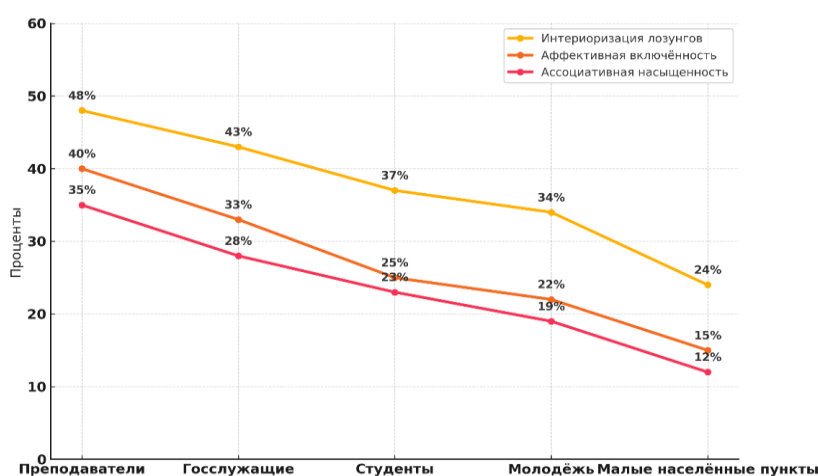


Рис. 2. Интериоризация лозунгов, аффективная вовлечённость и ассоциативная насыщенность символов программы «Рухани жаңғыру» среди различных социальных групп (в %)

Диаграмма демонстрирует уровни смыслового, эмоционального и ассоциативного восприятия символики программы в пяти целевых аудиториях. Очевиден общий тренд на снижение показателей по мере перехода от институционально ангажированных к маргинализированным группам. Особенно выражена семиотическая диспропорция в молодёжной и периферийной среде, где символы не получают ни когнитивной, ни эмоциональной апроприации. Эти различия наглядно свидетельствуют о неоднородности рецепции и указывают на структурные ограничения текущей модели символической коммуникации.

Именно в этом контексте зафиксированная эмпирическая стратификация восприятия символических компонентов служит не только диагностическим индикатором, но и теоретическим подтверждением предельной ограниченности административно-трансляционного подхода к символической политике. Полученные в ходе исследования данные подтверждают фундаментальный тезис о том, что символическая политика не может быть эффективной в условиях односторонней трансляции и отчуждённой институциональности. Верификация эмпирических результатов через призму концептов символической власти, эмоциональной инвестиции и культурной апроприации позволяет не только интерпретировать зафиксированные феномены, но и обозначить пределы текущей парадигмы государственной символической коммуникации.

Ключевым теоретическим источником служит концепция П.Бурдьё, согласно которой символическая власть требует акта признания со стороны реципиентов и не может быть легитимирована в условиях отсутствия внутренней когнитивной и аффективной сопричастности [20, с.183]. Как показывают результаты исследования, символика программы «Рухани жаңғыру»

в значительной степени воспроизводит декларативные формы репрезентации, не будучи верифицированной через субъективный жизненный опыт граждан. В ситуациях, когда символы не встроены в структуру повседневного восприятия, они не обретают социально-перформативной силы и теряют потенциал трансформации коллективного сознания.

Аналогичным образом, в фокусе концепции С.Ахмед находится понятие *affective economy*, предполагающее, что устойчивость идентичностей формируется не через навязываемые дискурсы, а через эмоциональные инвестиции и резонанс [21, с. 30]. Результаты фокус-групп демонстрируют отсутствие подобного резонанса в молодёжной и региональной среде: символы вызывают отчуждение, ироничную дистанцию или вовсе не распознаются. Подобные реакции указывают на провал в построении аффективной инфраструктуры программы, что делает невозможным формирование глубинной идентичности через символическое посредничество. Выводы коррелируют с теорией «символического разлома», представленной в контексте постсоветских трансформаций [10, с. 95]. Согласно данной концепции, существует системное расхождение между символами, продуцируемыми государственными элитами, и их восприятием массовым населением. В условиях Казахстана данный разлом проявляется особенно остро между столичными и периферийными аудиториями, между институционально ангажированными субъектами (преподаватели, госслужащие) и социально маргинализированными группами (молодёжь, сельские респонденты).

Таким образом, теоретический анализ позволяет утверждать, что символы, не прошедшие процесс эмоциональной интериоризации и когнитивного освоения, утрачивают потенциал быть устойчивыми носителями ценностей и идентификационными ориентирами. В контексте программы «Рухани жаңғыру» фиксируется эффект символической разобщённости: несмотря на присутствие визуальных и вербальных образов в публичном пространстве, они остаются слабо интегрированными в культурную память и не находят отражения в повседневных практиках смыслопорождения.

В отличие от институционально-декларативного подхода, реализуемого в рамках существующей модели, международный опыт свидетельствует о большей результативности стратегий, основанных на интерактивных форматах, локализации культурных кодов и активном участии граждан в процессе формирования символического содержания. Сопоставление с зарубежными примерами позволяет точнее обозначить границы эффективности применяемых в Казахстане практик и наметить возможные векторы их дальнейшего развития. Практика показывает, что успешные кейсы символической модернизации в постсоциалистических и азиатских контекстах, как правило, сопровождаются отходом от иерархически организованной трансляции к партисипативным и культурно адаптированным форматам. Подобные подходы способствуют формированию аутентичных, социально валидированных символов, обладающих высокой степенью когнитивной и эмоциональной вовлечённости.

Так, в ряде восточноевропейских стран – в частности, в Польше, Чехии и Эстонии – модернизационные проекты, реализуемые после распада социалистической системы, сопровождались созданием культурно адаптированной символики, основанной на принципе *co-creation* (соавторства). Ключевым элементом этих практик стало включение представителей целевых сообществ в процессы проектирования символов. Это обеспечивало не только визуальную релевантность, но и глубокую смысловую сопричастность, создавая прочные основания для формирования устойчивых идентичностей и гражданской солидарности [16, с.104].

Азиатский опыт (Южная Корея, Сингапур, Тайвань) демонстрирует иную, но не менее эффективную модель – интерактивную символическую архитектуру, базирующуюся на принципах цифровой инклюзии, публичных дискуссий и креативных индустрий. В этих странах символы возникают не в результате бюрократического производства, а формируются в динамичном взаимодействии государственных, культурных и гражданских акторов. Такие символы обладают высокой степенью *affective stickiness* (эмоциональной прилипчивости) и легко встраиваются в молодёжные субкультуры, локальные практики и цифровые медиаформаты [15, с.72].

На этом фоне казахстанская модель, реализуемая в рамках программы «Рухани жаңғыру», представляется в большей степени административно-декларативной. Символы конструируются сверху, транслируются в неизменном виде и предполагают пассивное потребление. Как показывают данные эмпирического исследования, такой подход ведёт к отчуждению целевых аудиторий, особенно молодёжи и жителей негородских территорий, от символического поля, порождая когнитивный и аффективный дефицит.

Ввиду выявленных ограничений текущей модели символической политики, становится очевидной необходимость её концептуальной трансформации, ориентированной на преодоление институциональной отчуждённости и достижение глубокой культурной сопричастности. Такая трансформация требует перехода от иерархически устроенной, унифицированной системы трансляции символов к гибкой, контекстуально адаптированной и партисипативной модели смыслопроизводства. В этом контексте перспективными представляются следующие направления:

1. Отказ от универсалистской и централизованной модели в пользу контекстно-чувствительного и многоуровневого подхода, способного учитывать региональную, возрастную, социокультурную и этническую специфику целевых аудиторий. Вместо создания единого символического нарратива следует формировать полифоничное пространство смыслов, в котором символы обретают значимость через локальную интерпретацию и культурную релевантность.

2. Усиление партисипативного потенциала символической политики, предполагающее включение широких общественных групп в процессы генерации, апробации и репрезентации символов. Это означает отход от модели, в которой государство выступает монопольным производителем символического контента, в пользу модели, где граждане, особенно молодёжь, региональные сообщества и культурные медиаторы, становятся соавторами и интерпретаторами символических форм.

3. Развитие цифровых форматов символической репрезентации, ориентированных на визуальные и нарративные практики цифровой культуры, включая социальные сети, мультимедийные проекты, цифровые архивы, интерактивные платформы и игровые механики. Это направление позволяет не только расширить каналы символической коммуникации, но и усилить её интерактивность и эмоциональную вовлечённость, особенно в молодёжной аудитории.

4. Интеграция символов в повседневные практики и нарративы, что предполагает их органичное включение в структуры повседневного опыта — через культурные мероприятия, образовательные инициативы, местные традиции, семейные истории и медиа-контент. Лишь в этом случае символы перестают функционировать как внешние маркировки институциональных проектов и становятся устойчивыми элементами культурной памяти и социальной идентификации.

Эффективная символическая политика будущего должна опираться на принципы интерактивности, множественности, сопричастности и культурной укоренённости. Лишь в этом случае она способна не просто транслировать ценности, но и выступать подлинным инструментом культурной модернизации и символического интегрирования общества.

Международный сравнительный анализ подтверждает: успешные примеры символической трансформации сопряжены с отказом от иерархических моделей вещания в пользу инклюзивного и контекстно чувствительного диалога. Только структурная перестройка институционального подхода — переход от монологической трансляции к соавторскому смыслопроизводству — позволяет преодолеть разрыв между созданием и восприятием символов, обеспечивая тем самым устойчивую идентификационную легитимацию.

Эти концептуальные положения находят эмпирическое подтверждение в материалах настоящего исследования. Сводные результаты количественного и качественного анализа демонстрируют, что символическая система программы «Рухани жаңғыру» в её текущем виде обладает ограниченным потенциалом в реализации идентификационной, интегративной и

перформативной функций. При всей визуальной узнаваемости ключевых элементов (логотипа, лозунгов, графических и вербальных маркеров), их когнитивное освоение, эмоциональное сопровоживание и ассоциативная плотность остаются слабыми и нестабильными. Особенно остро это проявляется в молодёжной и региональной аудитории, что свидетельствует о разрыве между институциональным производством символов и их включённостью в повседневные культурные практики.

Выявленные дисбалансы свидетельствуют о кризисе административно-трансляционной модели символической политики. Такая модель ориентирована на одностороннюю коммуникацию, предполагающую гомогенность интерпретационных кодов и универсальность символического воздействия. Однако в условиях многослойного и культурно диверсифицированного общества она теряет эффективность. Символы, сконструированные в отрыве от повседневных практик и без участия самих носителей культуры, не обладают валидностью и не трансформируются в устойчивые элементы идентичности.

В связи с этим целесообразно предложить стратегические направления реформирования символического компонента государственных программ культурной модернизации. Во-первых, необходимо перейти от декларативной к диалогической модели символической политики, предполагающей паритетное участие всех целевых аудиторий в процессе смыслопроизводства. Во-вторых, требуется внедрение механизмов культурной локализации, позволяющих адаптировать символику к региональным контекстам и кодам повседневной жизни. В-третьих, особое значение приобретает развитие интерактивных цифровых форматов, ориентированных на молодёжную аудиторию и медиакультурные практики.

В-четвёртых, повышение символической эффективности возможно только при наличии связи между символами и конкретными действиями. Символы должны быть не просто визуальными метками, а эмблемами реальных трансформаций, событий и достижений, с которыми можно соотнести личный опыт. И, наконец, пятое – необходимо разработать индикаторы оценки символической эффективности, включающие параметры когнитивной интериоризации, аффективной откликаемости и ассоциативной насыщенности, что позволит осуществлять регулярный мониторинг восприятия и корректировать коммуникационную стратегию.

Таким образом, только при условии многовекторной, открытой и контекстно-чувствительной символической политики возможно достижение подлинной культурной трансформации, устойчивой идентичности и символической легитимации модернизационных процессов в Казахстане. Программа «Рухани жаңғыру» может обрести вторую смысловую жизнь, если станет не только государственной инициативой, но и площадкой для общественного соавторства и культурного диалога.

Заключение. Проведённое исследование позволило комплексно осмыслить феномен государственной символической политики на примере реализации программы «Рухани жаңғыру» как многокомпонентного культурного конструкта, направленного на модернизацию сознания казахстанского общества в условиях постсоветской трансформации и глобальных вызовов. Выявленные закономерности продемонстрировали, что наличие визуальной и идеологической представленности не гарантирует глубинной интериоризации ценностей, если отсутствует субъектная вовлечённость целевых аудиторий в процесс соавторства смыслов.

Разработанная типология символических уровней – визуального, вербального, нарративного и аксиологического – позволила структурировать анализ репрезентативного материала и эмпирически определить слабые звенья в символической архитектуре программы. Несмотря на значительную визуальную представленность логотипа и лозунгов в публичном пространстве, их когнитивная, эмоциональная и ассоциативная насыщенность варьируется в зависимости от уровня институциональной вовлечённости респондентов, что выявило устойчивую социокультурную стратификацию восприятия.

Сравнительный анализ показал, что наибольшую восприимчивость к символике демонстрируют представители образовательных и административных структур, тогда как молодёжные и периферийные аудитории характеризуются высоким уровнем отстранённости и семантической

девальвации символов. Это противоречие указывает на системный дефицит в модели транслирования символических установок, реализуемой преимущественно в вертикальном, директивно-репрезентативном регистре.

Анализ международного опыта подтвердил: успешная государственная символическая политика строится на принципах локализации, интерактивности и соавторства. Она требует не только разработки универсальных национальных образов, но и их гибкой адаптации к различным социокультурным контекстам, способным порождать аутентичную идентификацию. В этом контексте символ становится не просто знаком, а носителем социального действия, встраиваемого в повседневные практики и личностные системы координат.

Интерпретация полученных результатов также зафиксировала, что недостаток эмоционального отклика и ассоциативной насыщенности свидетельствует о невозможности достижения глубинной аффективной сопричастности – необходимого условия для устойчивой интериоризации модернизационных ценностей. Следовательно, эффективность культурной политики определяется не масштабом информационного охвата, а степенью включения символов в живой культурный ландшафт через опыт, память и действие. В совокупности концептуальные, эмпирические и методологические основания проведенного исследования подтверждают необходимость пересмотра парадигмы символической политики в Казахстане. Требуется переход от модели символов как средства отчётности к модели символов как инструмента коллективного смысла и идентификационного укоренения. Это означает институционализацию горизонтальных коммуникаций, участие локальных сообществ, интеграцию цифровых форматов, эмоционально-насыщенных нарративов и культурных кодов, близких целевым аудиториям. В этом контексте программа «Рухани жаңғыру» как культурный конструкт и символическая политика в системе образования и воспитания требуют перехода от административно-декларативной модели к интерактивной, партисипативной и культурно-локализованной. Реализация этих подходов позволит усилить идентификационный, воспитательный и культурный потенциал программы в образовательной среде.

Благодарность. Исследование выполнено в рамках проекта Программно-целевого финансирования Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан BR24993269 «Эволюция и трансформация ценностных ориентиров казахстанского общества в период Независимости».

Список использованных источников:

1. Kaneva N. Nation Branding in the Post-Ideological Era // *International Journal of Communication*. – 2019. – №13. – С. 1720–1739.
2. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. – NY: NYU Press, 2019. – 352 с.
3. Lim L. Symbolic Power and National Identity in Digital Society // *Asian Journal of Communication*. – 2018. – №28(3). – С. 217–232.
4. Kassymova G., Duisenova A. Youth Perception of State Symbols in Kazakhstan // *Central Asia and the Caucasus*. – 2022. – №23(1). – С. 89–97.
5. Zhumabekov T., Kurmanbekova D. Symbolic Integration in Regional Contexts: Evidence from Kazakhstan // *Eurasian Studies*. – 2021. – №9(2). – С. 143–159.
6. Dinnie K. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. – 2nd ed. – London: Routledge, 2016. – 288 p.
7. Edelman M. Символическое использование политики. – М.: Прогресс, 2004. – 240 с.
8. Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. – М.: Институт экспериментальной социологии, 2005. – 384 с.
9. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. – М.: Канон-пресс, 2016. – 320 с.
10. Кастельс М. Сила идентичности. – М.: ГУ ВШЭ, 2010. – 528 с.
11. Laruelle M. Nationalism in Central Asia: Symbols, Narratives and Identities // *Central Asian Affairs*. – 2020. – №7(2). – С. 132–147.
12. Kudaibergenova D. Symbols of Modernization: Visual Nationalism in Kazakhstan // *Nationalities Papers*. – 2021. – №49(6). – С. 1012–1030.
13. Mukhtarova G., Sharipova S. Rukhani Zhanyru as Postcolonial Symbolic Legitimization // *Cultural Studies Review*. – 2021. – №4. – С. 72–80.
14. Eggeling K. Symbolic Power in Visual Nationalism: A Comparative Study // *Nations and Nationalism*. – 2020. – №26(4). – С. 642–660.

15. Papadopoulos Y. *Everyday Semiotics and State Branding in Southeast Asia* // *Asian Politics & Policy*. – 2021. – №13(1). – С. 112–128.
16. Kucera R. *Reimagining Identity through Visual Politics: Lessons from Central Europe* // *Visual Communication*. – 2020. – №19(4). – С. 467–485.
17. Лотман Ю.М. *Семiosфера*. – СПб.: Искусство–СПб, 2000. – 704 с.
18. Барт Р. *Избранные работы: Семиотика. Поэтика*. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
19. Рикёр П. *Нарратив и время. Том 1: Конфигурация времени в повествовании*. – М.: Академический проект, 2004. – 384 с.
20. Bourdieu P. *Language and Symbolic Power*. – Cambridge: Polity Press, 1991. – 240 p.
21. Ahmed S. *The Cultural Politics of Emotion*. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004. – 224 p.

References:

1. Kaneva N. *Nation Branding in the Post-Ideological Era* // *International Journal of Communication*. – 2019. – Vol. 13. – P. 1720–1739.
2. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2019. – 352 p.
3. Lim L. *Symbolic Power and National Identity in Digital Society* // *Asian Journal of Communication*. – 2018. – Vol. 28(3). – P. 217–232.
4. Kassymova G., Duisenova A. *Youth Perception of State Symbols in Kazakhstan* // *Central Asia and the Caucasus*. – 2022. – Vol. 23(1). – P. 89–97.
5. Zhumabekov T., Kurmanbekova D. *Symbolic Integration in Regional Contexts: Evidence from Kazakhstan* // *Eurasian Studies*. – 2021. – Vol. 9(2). – P. 143–159.
6. Dinnie K. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. 2nd ed. London: Routledge, 2016. – 288 p.
7. Edelman M. *Simvolicheskoe ispol'zovanie politiki [The Symbolic Uses of Politics]*. Moscow: Progress, 2004.
8. Burd'e P. *Sotsial'noe prostranstvo: polja i praktiki [Social Space: Fields and Practices]*. Moscow: Institut eksperimental'noj sotsiologii, 2005.
9. Anderson B. *Voobrazhaemye soobshchestva [Imagined Communities]*. Moscow: Kanon-Press, 2016.
10. Kastel's M. *Sila identichnosti [The Power of Identity]*. Moscow: GU VSHE, 2010.
11. Laruelle M. *Nationalism in Central Asia: Symbols, Narratives and Identities* // *Central Asian Affairs*. – 2020. – Vol. 7(2). – P. 132–147.
12. Kudaibergenova D. *Symbols of Modernization: Visual Nationalism in Kazakhstan* // *Nationalities Papers*. – 2021. – Vol. 49(6). – P. 1012–1030.
13. Mukhtarova G., Sharipova S. *Rukhani Zhangyru as Postcolonial Symbolic Legitimization* // *Cultural Studies Review*. – 2021. – No. 4. – P. 72–80.
14. Eggeling K. *Symbolic Power in Visual Nationalism: A Comparative Study* // *Nations and Nationalism*. – 2020. – Vol. 26(4). – P. 642–660.
15. Papadopoulos Y. *Everyday Semiotics and State Branding in Southeast Asia* // *Asian Politics & Policy*. – 2021. – Vol. 13(1). – P. 112–128.
16. Kucera R. *Reimagining Identity through Visual Politics: Lessons from Central Europe* // *Visual Communication*. – 2020. – Vol. 19(4). – P. 467–485.
17. Lotman Yu.M. *Semiosfera [The Semiosphere]*. Saint Petersburg: Iskusstvo–SPb, 2000.
18. Bart R. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika [Selected Works: Semiotics. Poetics]*. Moscow: Progress, 1989.
19. Rikër P. *Narrativ i vremja. Tom 1: Konfiguratsija vremeni v povestvovanii [Time and Narrative. Vol.1: The Configuration of Time in Narrative]*. Moscow: Akademicheskij proekt, 2004.
20. Bourdieu P. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press, 1991.
21. Ahmed S. *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.