

ӘОЖ 81'11

ГТАХР 16.31.61

<https://doi.org/10.48371/PHILS.2026.3.82.020>

## ГЕНДЕРЛІК АСИММЕТРИЯНЫҢ ЛИНГВОМӘДЕНИ КӨРІНІСІ

(2020-2025 жж. БАҚ материалы бойынша)

\*Нурмаганбетова Г.Б.<sup>1</sup>, Шоқым Г.Т.<sup>2</sup>

\*<sup>1,2</sup>Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті  
Ақтөбе, Қазақстан

**Аңдатпа.** Мақалада БАҚ-тағы гендерлік асимметрияның лингвомәдени аспектісі қарастырылған. ХХІ ғасырдағы медиакеңістікте бұқаралық ақпарат құралдарындағы гендерлік асимметрия ұлттық-мәдени ерекшеліктермен сипатталады. Мақаланың негізгі нысаны – 2020-2025 жж. қазақ тілді БАҚ материалдары. Зерттеу барысында қазақ медиадискурсындағы ер мен әйел репрезентациясына талдау жүргізілді.

Зерттеудің мақсаты – медиадискурстағы гендерлік асимметрия көріністерін анықтау. Осыған сәйкес 2020-2025 жылдар аралығындағы БАҚ-та жарияланған мақалалар негізге алынып, лингвомәдени аспектісі талданды. Зерттеудің ғылыми жаңалығы – гендерлік асимметрия құбылысы БАҚ материалдары негізінде талданып, тілдік қолданыстардың әлеуметтік, лингвомәдени мәні айқындалуымен байланысты. Мәдени контекстегі гендерлік асимметрия ұлттық таным мен құндылықтар жүйесінде қалыптасқан таптаурын түсініктердің жиынтығын құрайды.

БАҚ қоғамдағы қалыптасқан гендерлік стереотиптерді бейнелеуде айрықша маңызға ие. Осыған сәйкес мәдени контексте гендерлік рөлдердің дәстүрлі таным мен ұлттық құндылықтар жүйесінде анықталатынын көреміз. Ұлттық санада гендерге байланысты қалыптасқан таптаурындар гендерлік асимметрияның негізін құрайды. Зерттеудің барысында БАҚ-тағы гендерлік асимметрияның лингвомәдени көріністері қоғамдық қатынастардағы ер мен әйел бейнесіндегі ұлттық түсініктерді көрсетті. Мақалада гендерлік рөлдердің қалыптасу, даму динамикасы және салыстырмалы көзқарастар берілген. Зерттеу нәтижелері БАҚ-та қалыптасқан ерлер мен әйелдер бейнесіндегі гендерлік асимметрияның ерекшеліктерін және оның қоғамдық пікірлердегі лингвомәдени кодтардың айқын белгілерін түсінуге ықпал етеді. Нәтижесінде ерлер бейнесі көшбасшылық, шешім қабылдау, билік, кәсіби біліктілікпен байланысты, әйелдер бейнесі эмоциялық, тұрмыстық контексте анықталады. Қазақ медиадискурсында әлі де гендерлік стереотиптердің сақталып отырғаны көрінеді. БАҚ гендерлік рөлдердің өзгеруіне, феминдік, маскулиндік үлгілердің кенеюін көрсетеді.

**Тірек сөздер:** гендерлік лингвистика, гендерлік асимметрия, репрезентация, гендерлік рөлдер, лингвомәдени, код, гендерлік таптаурындар, гендерлік дискурс

## Кіріспе

Қазіргі медиакеңістікте бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікірді қалыптастыратын маңызды әлеуметтік институттардың біріне айналды. Медиа қоғамдағы әлеуметтік құндылықтарды, мәдени ұстанымдарды және гендерлік қатынастар туралы түсініктерді қалыптастырып қана қоймай, оларды тіл арқылы таратып, қоғамдық санада орнықтырады. Осыған байланысты бұқаралық ақпарат құралдарындағы әйел мен ер адамның тілдік репрезентациясын зерттеу қазіргі тіл біліміндегі өзекті ғылыми бағыттардың бірі болып табылады.

Гендерлік репрезентацияның маңызды көріністерінің бірі – гендерлік асимметрия. Бұл ұғым тілде ерлер мен әйелдердің әлеуметтік мәртебесі мен гендерлік рөлдерінің бірдей дәрежеде бейнеленбеуін білдіреді. Гендерлік лингвистиканы зерттеген ғалым Г. Шоқым тілдегі гендерлік ерекшеліктердің қалыптасуында әлеуметтік факторлардың маңызды рөл атқаратынын атап көрсетеді [1, 185-б.]. Осы тұрғыдан алғанда, гендерлік асимметрияның қалыптасуы қоғамдағы әлеуметтік өзгерістермен және мәдени құндылықтар жүйесімен тығыз байланысты. Мәселен, *төрайым* феминитивінің қазақ тілінде қалыптасуы белгілі бір тарихи кезеңдегі қоғамдық өзгерістердің ықпалымен түсіндіріледі [2, 121-б.]. Бұл тілдегі жаңа атаулар мен гендерлік маркерленген тілдік бірліктердің пайда болуы қоғамдық өзгерістердің тілдегі көрінісі екенін дәлелдейді.

Бүгінгі таңда бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдағы әлеуметтік-мәдени кодтарды бейнелейтін негізгі коммуникациялық кеңістіктердің бірі болып табылады. Сондықтан медиамәтіндерде көрініс табатын гендерлік асимметрия тілдік құбылыс қана емес, ұлттық сана, қоғамдық құндылықтар және гендерлік идеологияның көрінісі ретінде де қарастырылады. Лингвомәдени тұрғыдан гендерлік асимметрия ұлттық құндылықтар жүйесімен, рөлдік таптаурындармен және мәдени архетиптермен сабақтас қалыптасады. Зерттеушілердің пікірінше, медиа тілінде әйелдер көбіне қамқор ана, сұлу әйел, эмоциялық тұлға ретінде, ал ерлер шешім қабылдайтын, әрекетшіл әрі көшбасшы тұлға ретінде репрезентацияланады [3, 174-б.]. Мұндай тілдік модельдер қоғамдық санадағы дәстүрлі гендерлік рөлдердің сақталуына және ұдайы жаңғырып отыруына ықпал етеді.

Соңғы жылдары гендер мәселесі әлеуметтік, саяси, құқықтық және тілтанымдық қырынан кеңінен зерттеліп келеді. Алайда қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарындағы гендерлік асимметрияның лингвомәдени ерекшеліктері, гендерлік маркерлердің қолданылу сипаты және олардың ұлттық дүниетаныммен байланысы арнайы кешенді зерттеуді қажет етеді. Әсіресе медиадискурстағы гендерлік асимметрияның лексика-семантикалық, дискурстық және лингвомәдени деңгейлерде көрініс табу ерекшеліктерін анықтау қазіргі қазақ тіл біліміндегі өзекті мәселелердің бірі болып табылады.

Осы зерттеудің мақсаты – 2020–2025 жылдар аралығындағы қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарының материалдарындағы гендерлік асимметрияның лингвомәдени ерекшеліктерін анықтап, олардың ұлттық дүниетаныммен және қоғамдық құндылықтар жүйесімен байланысын талдау.

Осы мақсатқа сәйкес мынадай міндеттер қойылды:

- 2020–2025 жылдар аралығындағы қазақтілді БАҚ материалдарынан гендерлік маркерлер мен лексика-семантикалық бірліктерді анықтау;
- медиамәтіндердегі гендерлік асимметрияны дискурстық тұрғыдан талдау;
- гендерлік асимметрияның лингвомәдени ерекшеліктерін бұқаралық ақпарат құралдарының материалдары негізінде айқындау.

### **Материалдар мен әдістердің сипаттамасы**

Зерттеу нысаны ретінде 2020–2025 жылдар аралығында қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарында гендер мәселесіне қатысты жарияланған жаңалықтар мен публицистикалық мақалалар алынды. Зерттеу материалы ретінде «Айқын», «Егемен Қазақстан» және «Жас Алаш» газеттерінде жарияланған, гендерлік маркерлерді қамтитын 150-ден астам медиамәтін іріктеліп, зерттеу корпусы қалыптастырылды. Зерттеу корпусын қалыптастыру барысында мәтіндердің жариялану мерзімі, тақырыптық бағыты, гендерлік маркерлердің қолданыс жиілігі және зерттеу мақсатына сәйкестігі негізгі іріктеу өлшемдері ретінде басшылыққа алынды.

Зерттеуде контент-талдау, лексика-семантикалық талдау, дискурстық талдау және лингвомәдени талдау әдістері кешенді түрде қолданылды. Контент-талдау әдісі бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндеріндегі гендерлік маркерлерді анықтауға, жүйелеуге және олардың қолданыс жиілігін саралауға мүмкіндік берді. Лексика-семантикалық талдау негізінде гендерлік маркерлердің мағыналық құрылымы, семантикалық реңктері мен қолданыс ерекшеліктері қарастырылды. Дискурстық талдау әдісі арқылы ерлер мен әйелдердің әлеуметтік бейнесінің, гендерлік рөлдерінің және мәртебесінің медиамәтіндерде тілдік тұрғыдан қалай репрезентацияланатыны талданды. Лингвомәдени талдау барысында гендерлік маркерлердің ұлттық мәдениетпен, қоғамдық құндылықтармен, дәстүрлі гендерлік ұстанымдармен және ұлттық дүниетаныммен байланысы қарастырылды.

Аталған әдістердің өзара сабақтастықта қолданылуы гендерлік асимметрияның қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісін лексика-семантикалық, дискурстық және лингвомәдени деңгейлерде кешенді талдауға мүмкіндік берді.

## Нәтижелер

Эмпирикалық зерттеу барысында «Егемен Қазақстан», «Айқын» және «Жас Алаш» газеттерінде 2020–2025 жылдар аралығында жарияланған 150 репрезентативті мақалаға контент-талдау жүргізілді. Зерттеу нәтижесінде медиамәтіндердегі гендерлік асимметрияның лексика-семантикалық және дискурстық деңгейлерде көрініс табатыны анықталды.

Контент-талдау нәтижелері ерлер мен әйелдердің медиалық репрезентациясында тұрақты гендерлік айырмашылықтардың сақталғанын көрсетті. Ерлерді сипаттайтын тілдік бірліктер негізінен саяси, интеллектуалдық және әлеуметтік мәртебені білдіретін лексемалар арқылы берілсе, әйелдер бейнесі көбіне эстетикалық және отбасылық рөлдерді білдіретін тілдік бірліктермен сипатталады.

Ерлерге қатысты жиі қолданылатын эпитеттер қатарына кеменгер, сұңғыла саясаткер, мемлекетшіл азамат, ұлт жанашыры, ел ағасы сияқты атаулар жатады. Медиамәтіндерде ер адамдар көбіне тарихи тұлға, саяси қайраткер, басқарушы немесе қоғамдық көшбасшы ретінде репрезентацияланады.

Әйелдер бейнесін сипаттайтын тілдік бірліктердің басым бөлігі эстетикалық және әлеуметтік рөлдерді білдіретін эпитеттер арқылы берілген. Олардың ішінде нәзік жандылар, ақылына көркі сай, парасатты келін, ақжаулықты ана, шаңырақтың ұйытқысы, ер мінезді әйел, іскер әйел сияқты қолданыстар жиі кездеседі. Сонымен қатар әйелдердің кәсіби қызметі көрсетілген материалдарда да олардың отбасылық және әлеуметтік рөлдері қатар беріледі.

Дискурстық талдау нәтижесінде ерлер мен әйелдердің медиадағы репрезентациясында айқын айырмашылықтар анықталды. Қарастырылған материалдардың шамамен 90%-ында ер адамдардың отбасылық жағдайына емес, кәсіби қызметіне, қоғамдық мәртебесіне және саяси белсенділігіне басымдық берілген. Ал әйелдер туралы жарияланымдарда олардың кәсіби жетістіктерімен қатар отбасылық мәртебесі мен әлеуметтік рөлдері тұрақты түрде қатар көрсетіледі.

«Айқын» газетінде жарияланған «Есіркі ес жиғызбай тұр» мақаласында «16 жастағы өрімдей қыздар» тіркесі қолданылған. Талдау барысында **қыздар** сөзі әйел жынысын білдіретін гендерлік маркер, ал өрімдей сөзі эмоциялық-экспрессивтік реңк үстейтін эпитет ретінде қолданылғаны анықталды [4].

«Жас Алаш» газетінде жарияланған материалда «әйелдер мен балалардың құқығын қорғайтын заң» және «Салтанат заңы» тіркестері қолданылған. Контент-талдау нәтижесінде әйелдер, Салтанат антропонимі және балалар сөздерінің гендерлік маркер қызметін атқарып, әйел бейнесінің әлеуметтік тұрғыдан қорғауды қажет ететін топпен байланыста берілетіні байқалды [5].

«Егемен Қазақстан» газетінде 2020–2025 жылдар аралығында жарияланған әйел тақырыбына қатысты материалдарды талдау барысында әйелдердің қоғамдық, саяси және кәсіпкерлік қызметіне арналған жарияланымдардың жиі кездесетіні анықталды. Әсіресе 2025 жылы жарияланған мақалаларда әйелдердің қоғамдағы және саясаттағы рөлі кеңінен көрініс тапқан. Мәселен, Түркістан облысындағы кәсіпкер әйелдер туралы мақалада әйелдердің өңір экономикасы мен мемлекеттік басқарудағы үлесіне назар аударылып, мемлекеттік қызметте еңбек етіп жүрген әйелдер «нәзік жандылар» деп аталады [6]. Бұл қолданыс әйелдердің кәсіби мәртебесімен қатар олардың гендерлік ерекшелігін тілдік тұрғыдан айқындауға бағытталғанын көрсетеді.

Сонымен қатар «Әйел – тіршілік тірегі» атты мақалада: *«Әртүрлі салада табысты еңбек етіп, ұрпақ өсіріп, отбасы мен ел ісін тең ұстап жүрген әйелдер қауымы...»* деген қолданыс кездеседі [6]. Мұнда әйелдердің кәсіби жетістіктерімен бірге олардың отбасылық және әлеуметтік рөлдерінің қатар берілуі байқалады. Бұл медиадискурста әйел бейнесінің кәсіби қызметімен қатар дәстүрлі ана, отбасының ұйытқысы сияқты ұлттық-мәдени рөлдер арқылы да репрезентацияланатынын көрсетеді.

Жалпы, контент және дискурстық талдау нәтижелері қазақтілді медиада гендерлік асимметрияның гендерлік маркерлер, бағалауыш эпитеттер және әлеуметтік рөлдерді білдіретін тілдік бірліктер арқылы көрініс табатынын көрсетті.

### Талқылау

Қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарында анықталған гендерлік ерекшеліктерді лингвомәдени тұрғыдан қарастыру олардың ұлттық дүниетаныммен және мәдени құндылықтар жүйесімен тығыз байланыста қалыптасатынын айқындайды. Осыған байланысты гендерлік лингвистиканың дамуын қарастыратын әлеуметтік-лингвистикалық, феминистік және лингвомәдени бағыттардың ішінде зерттеуіміздің нәтижелерін түсіндіруде лингвомәдени бағыт басшылыққа алынды. Сонымен бірге бұқаралық ақпарат құралдары мен интернет-басылымдарындағы әйелдерге қатысты жарияланымдарда гендерлік біржақтылықтың «көрінбейтін кедергі» (ағылш. *glass ceiling*, орысш. *стеклянный потолок*) ұғымымен сабақтас келетіні байқалады [7, 20-б.]. 1970 жылдары ғылыми айналымға енген бұл ұғым әйелдердің кәсіби және экономикалық мүмкіндіктерінің шектелуін білдіреді. Біздің зерттеуімізде де әйелдердің қоғамдық және кәсіби қызметі көрсетілген материалдардың өзінде олардың дәстүрлі әлеуметтік рөлдері қатар берілетіні анықталды. Бұл медиадағы гендерлік асимметрияның тек тілдік емес, әлеуметтік-мәдени сипатқа ие екендігін көрсетеді.

Алынған деректер қазіргі қазақ медиадискурсында ұлттық-мәдени таптаурындардың әлі де маңызды рөл атқаратынын аңғартады. Бұл

тұжырым Г. Шаикованың гендерлік таптаурындардың ерлер мен әйелдердің әлеуметтік рөлі мен ассоциативтік бейнесін қалыптастырудағы маңызы туралы пікірлерімен сәйкес келеді. Зерттеушінің пікірінше, гендерлік таптаурындар қоғамдағы гендерлік рөлдер мен олар туралы орныққан түсініктердің қалыптасуына ықпал етеді [8, 373-б.].

Қазақтілді медиада анықталған гендерлік ерекшеліктерді ағылшын тіліндегі зерттеулермен салыстыру олардың ортақ және өзіндік белгілерін айқындауға мүмкіндік береді. Бұл тұрғыдан алғанда, алынған нәтижелер Дж. Спраустың гендерлік асимметрияға қатысты тұжырымдарымен белгілі бір дәрежеде үндеседі. Ғалым *actor/actress*, *waiter/waitress*, *god/goddess*, *heir/heiress* сияқты сегіз жұп тілдік бірлікті талдай отырып, ерлерге қатысты атаулардың бейтарап әрі тұрақты, ал әйелдерге қатысты атаулардың ерекшелік пен эмоциялық реңкке ие болатынын көрсетеді [9, 354-б.].

Сонымен бірге зерттеу нәтижелері қазақ тіліндегі гендерлік асимметрияның ағылшын тіліндегідей грамматикалық деңгейде емес, негізінен лексика-семантикалық және лингвомәдени деңгейлерде көрініс табатынын аңғартты. Осы айырмашылықтарды жүйелі түрде көрсету мақсатында ағылшын және қазақ тілдеріндегі гендерлік асимметрияның лингвомәдени ерекшеліктері 1-кестеде салыстырмалы түрде берілді.

Кесте 1. Ағылшын және қазақ тілдеріндегі гендерлік асимметрияның салыстырмалы лингвомәдени сипаттамасы.

| № | Ағылшын тіліндегі жұп    | Қазақ тіліндегі балама         | Ағылшын тіліндегі ерекшелік                                                  | Қазақ тіліндегі ерекшелік                           | Түсіндірме                                                      |
|---|--------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 1 | <i>actor/actress</i>     | <i>актер / актриса (әрміс)</i> | <i>Actor</i> бейтарап қолданысқа ие, ал <i>actress</i> тар мағыналы.         | <i>Әрміс</i> бейтарап; ер/әйел нақты көрсетілмейді. | Қазақ тілінде гендерлік бейтараптық сақталған.                  |
| 2 | <i>waiter / waitress</i> | <i>даяшы</i>                   | <i>Waitress</i> жиілігі азайып келеді, <i>waiter</i> бейтараптана бастаған.  | Даяшы жалпы қолданысқа ие.                          | Қазақ тілінде гендерлік бейтараптылық бар.                      |
| 3 | <i>god / goddess</i>     | <i>құдай / құдайана</i>        | <i>Goddess</i> жеке әйел құдайды білдіретін арнайы атау ретінде қолданылады. | <i>Құдай</i> бейтарап, жыныстық бөлініс жоқ.        | Ағылшын тілінде семантикалық асимметрия бар, қазақ тілінде жоқ. |
| 4 | <i>heir / heiress</i>    | <i>мұрагер</i>                 | <i>Heiress</i> сирек қолданыста, көбіне сәнді әйел мәнінде жұмсалады.        | <i>Мұрагер</i> гендерлік бейтарап мағынаға ие.      | Қазақ тілінде асимметрия көрінбейді.                            |

1-кестеде ағылшын және қазақ тілдеріндегі гендерлік асимметрияның негізгі лингвомәдени ерекшеліктері салыстырмалы түрде берілді. Кестеден көрінгендей, ағылшын тілінде гендерлік асимметрия көбіне грамматикалық

және сөзжасамдық деңгейде байқалса, қазақ тілінде ол негізінен лексика-семантикалық және лингвомәдени деңгейлерде көрініс табады.

Зерттеу барысында анықталған эмоциялық-бағалауыш гендерлік маркерлердің жиі қолданылуы бұрынғы зерттеулердің нәтижелерімен де сабақтас келеді. Гендерлік асимметрия мәселесін қарастырған зерттеушілер әйелдерге қатысты тілдік қолданыстарда эмоциялық реңктің басымдығын атап өтеді. Соның ішінде К. Жумашева әлеуметтік желідегі блогерлердің тілдік стилі мен коммуникациялық ерекшеліктерін талдай отырып, Д. Болаттың мәтіндерінде эмоциялық-экспрессивтік сипаттың, ал А. Бековтың блогында нақты ақпараттық баяндаудың басымдығын көрсетеді [10, 46 б.]. Бұл тұжырымдар біздің зерттеуімізде анықталған әйелдерге қатысты бағалауыш эпитеттердің медиадискурста жиі қолданылатыны жөніндегі нәтижелермен үндеседі.

Зерттеу нәтижелері медиакөңістіктің гендерлік рөлдер туралы қоғамдық түсініктерді қалыптастыруда маңызды қызмет атқаратынын көрсетті. Контент-талдау барысында бұқаралық ақпарат құралдарында ерлер мен әйелдердің әлеуметтік рөлдері бірдей дәрежеде берілмейтіні анықталды. Бұл медианың қоғамдағы гендерлік таптаурындарды тек бейнелеп қана қоймай, олардың сақталуы мен қайта жаңғыртылуына ықпал ететінін көрсетеді. Осы тұрғыдан алғанда, медиакөңістік қазіргі ақпараттық қоғамның ажырамас бөлігі ретінде қоғамдық көзқарастар мен құндылықтардың қалыптасуына әсер етеді. Зерттеуші Б.Е. Акмагамбетова сұхбат дискурсының гендерлік ерекшеліктерін талдай отырып, ер адамдардың әлеуметтік ортада өз мәртебесін қалыптастыруға және сақтауға ұмтылған жағдайда ғана белсенді әрі еркін сөйлеуге бейім болатынын атап көрсетеді [11, 34 б.]. Бұл пікір біздің зерттеуімізде ер адамдардың медиада көбіне қоғамдық мәртебесі, кәсіби қызметі және көшбасшылық қасиеттері арқылы репрезентацияланатыны туралы нәтижелермен сәйкес келеді.

Біздің зерттеу нәтижелері гендерлік асимметрияны тек тілдік құбылыс ретінде емес, әлеуметтік және мәдени факторлармен сабақтас қарастырудың қажеттігін көрсетті. Осы тұрғыдан алғанда, ерлер мен әйелдер арасындағы тілдік ерекшеліктерді зерттеу пәнаралық сипатқа ие. С. Жанжігітов гендерлік лингвистика саласындағы зерттеулердің бірнеше ғылыми бағыттың тоғысында дамып келе жатқанын көрсетеді [12, 20 б.]. Бұл тұжырым біздің зерттеуіміздің әдіснамалық негізімен сәйкес келеді, өйткені медиадискурстағы гендерлік асимметрияны түсіндіруде тілдік деректермен қатар әлеуметтік және мәдени факторлар да маңызды рөл атқарады. Сонымен қатар бұқаралық ақпарат құралдарының цифрлық форматқа көшуі мен әлеуметтік желілердің кең таралуы гендерлік репрезентацияның жаңа үлгілерін қалыптастырып отырғанын зерттеу нәтижелері де көрсетті.

Біздің зерттеу нәтижелері қазақтілді медиадағы гендерлік асимметрияның ұлттық-мәдени ерекшеліктермен сабақтас қалыптасатынын

көрсетті. Осы тұрғыдан алғанда, Ж. Агабекованың гендерлік лингвистиканы зерттеуде ұлттық-лингвистикалық ерекшеліктерді ескеру қажеттігі туралы тұжырымы зерттеу нәтижелерін түсіндіруге негіз болады [13, 37 б.]. Зерттеу барысында анықталған гендерлік маркерлер мен бағалауыш эпитеттердің басым бөлігі қазақ қоғамындағы дәстүрлі мәдени құндылықтармен және ұлттық дүниетаныммен астасып жатыр.

Сонымен қатар алынған нәтижелер М. Рябова мен Л. Грабконың Ұлыбританияның саяси медиадискурсына қатысты қорытындыларымен белгілі бір дәрежеде сәйкес келеді. Аталған зерттеушілер бұқаралық ақпарат құралдарында әйел саясаткерлердің кәсіби қызметінен гөрі олардың сыртқы келбеті мен жеке өміріне көбірек назар аударылатынын көрсетеді [14]. Біздің зерттеуімізде де әйелдердің қоғамдық және кәсіби жетістіктері көрсетілгенімен, оларды сипаттауда *нәзік жандылар, ақжаулықты ана, көпбалалы ана, әйелдер қауымы* сияқты дәстүрлі гендерлік маркерлердің тұрақты қолданылатыны анықталды. Бұл қазақтілді медиада әйел бейнесінің кәсіби сипатымен қатар дәстүрлі әлеуметтік және отбасылық рөлдер арқылы репрезентацияланатынын көрсетеді.

Осылайша, халықаралық және отандық зерттеулермен салыстыру қазақ медиадискурсында гендерлік асимметрияның өзіндік ұлттық ерекшеліктері бар екенін байқатады. Егер ағылшынтілді медиада гендерлік айырмашылық көбіне әйелдің сыртқы келбеті мен жеке өмірін алдыңғы қатарға шығарудан көрінсе, қазақтілді медиада бұл құбылыс ұлттық мәдени кодтарды білдіретін тілдік бірліктер мен дәстүрлі әлеуметтік рөлдер арқылы жүзеге асады.

Зерттеу нәтижелерін тарихи даму үдерісі тұрғысынан қарастырғанда, әйел бейнесінің медиадағы репрезентациясы қоғамдағы әлеуметтік өзгерістермен тығыз байланысты екені байқалады. Бұл құбылыс әлемдік медиатәжірибеде де көрініс тапқан. Мәселен, 1910–1930 жылдардағы америкалық бұқаралық ақпарат құралдарында әйел образы әлеуметтік-мәдени өзгерістердің ықпалымен «жаңа әйел» (*flapper*) тұжырымдамасы аясында қалыптасты. Америкадағы Ұлы депрессия кезеңінде бұқаралық ақпарат құралдары гендерлік рөлдердің жаңа үлгілерін орнықтыруға ықпал етті. *Vanity Fair, The New Yorker* журналдарында жаңа әйел бейнесі экономикалық және саяси белсенділігімен сипатталып, қоғамдағы жаңашыл, білімді әрі тәуелсіз әйелдің символына айналды. Бұл тәжірибе әйелдердің саясатта, бизнесте және қоғамдық қозғалыстардағы белсенділігінің медиада арнайы репрезентацияланғанын көрсетеді.

Біздің зерттеуімізде де әйелдердің қоғамдық және кәсіби қызметіне арналған материалдардың үлесі артқаны байқалды. Алайда қазақтілді медиада әйелдердің кәсіби жетістіктері көбіне олардың дәстүрлі әлеуметтік рөлдерімен қатар сипатталады. Осы тұрғыдан алғанда, қазіргі ағылшынтілді медиада байқалатын гендерлік асимметрия мен қазақ медиасындағы

гендерлік репрезентация арасында ортақ белгілер болғанымен, олардың лингвомәдени негіздері әртүрлі.

Тарихи салыстыру қазақ қоғамындағы гендерлік репрезентацияның өзіндік ерекшеліктерін де көрсетеді. Кеңестік кезеңде қазақ әйелдерінің қоғамдық рөлі едәуір күшейіп, олардың өндірісте, басқару жүйесінде және түрлі кәсіп салаларындағы жетістіктері бұқаралық ақпарат құралдарында кеңінен насихатталды. Әйелдер қатарынан кеңшар директорлары, механизаторлар, кеншілер, құрылысшылар және экономистердің шығуы гендерлік теңдікті дәріптеудің маңызды құралы ретінде ұсынылды. Бұл кезеңде медиада әйелдің кәсіби бейнесі айқын көрінгенімен, қазіргі зерттеу нәтижелері қазақтілді медиада кәсіби рөлмен қатар дәстүрлі мәдени рөлдердің де тұрақты сақталғанын көрсетті.

Бұл тұжырым XX ғасырдың басындағы «Айқап» журналы материалдарын зерттеген Сахи Жұлдыздың пікірлерімен де сабақтас келеді. Ғалым әйел мәселесінің қазақ қоғамында тек гендерлік теңдік тұрғысынан ғана емес, ұлттық жаңғыру мен қоғамдық дамудың маңызды көрсеткіші ретінде қарастырылғанын атап өтеді [15]. Демек, әйел бейнесінің медиадағы репрезентациясы әр тарихи кезеңде қоғамның әлеуметтік сұранысына сәйкес өзгергенімен, ұлттық мәдени құндылықтар мен дәстүрлі гендерлік ұстанымдар оның мазмұнын айқындап отырған.

Осыған байланысты біздің зерттеу нәтижелері медианың тек ақпарат тарату құралы ғана емес, қоғамдық санадағы гендерлік таптаурындарды сақтап, оларды қайта өндіретін маңызды әлеуметтік институт екенін көрсетеді. Бұқаралық ақпарат құралдарында әйел бейнесінің бір жағынан дәстүрлі фемининдік қасиеттермен, екінші жағынан кәсіби және қоғамдық белсенділікпен қатар берілуі қазіргі қазақ медиадискурсында дәстүр мен жаңашылдықтың қатар өмір сүріп отырғанын дәлелдейді.

Алынған нәтижелерді тарихи даму үдерісімен салыстыра қарастыру әйел бейнесінің медиадағы репрезентациясы қоғамдағы әлеуметтік өзгерістермен бірге эволюцияға ұшырағанын аңғартады. Егер XX ғасырдың басындағы бұқаралық ақпарат құралдарында әйел көбіне отбасы аясындағы дәстүрлі рөлдер арқылы сипатталса, кейінгі кезеңдерде оның қоғамдық және кәсіби қызметіне қатысты материалдардың үлесі біртіндеп арта бастады. Дегенмен, қазіргі қазақтілді медиада кәсіби жетістіктерді көрсету мен дәстүрлі гендерлік рөлдерді қатар беру үрдісі әлі де сақталып отырғаны зерттеу барысында анықталды.

Бұл құбылысты медианың қоғамдық санадағы гендерлік ұстанымдарды қалыптастырудағы қызметімен түсіндіруге болады. Қазіргі медиакеңістік қоғамдағы түрлі құбылыстарға қатысты көзқарастарды қалыптастырумен қатар, гендерлік таптаурындардың сақталуы мен қайта өндірілуіне де ықпал етеді. Әлеуметтанулық зерттеулерде теледидар, жарнама, кино,

телесериалдар және әлеуметтік желілерде ерлер мен әйелдердің дәстүрлі гендерлік модельдер негізінде бейнеленетіні көрсетіледі. Ер адамдардың күшті, батыл, шешім қабылдайтын тұлға ретінде, ал әйелдердің эмоционалды, нәзік әрі тәуелді кейіпте берілуі гендерлік асимметрияның сақталуына әсер етеді.

Біздің зерттеуімізде де осы үрдіс қазақтілді медиада айқын байқалды. Әйелдерге қатысты материалдарда эмоциялық-бағалауыш эпитеттердің, ұлттық-мәдени мазмұндағы гендерлік маркерлердің және отбасылық мәртебені білдіретін тілдік бірліктердің жиі қолданылуы медиадағы гендерлік таптаурындардың тілдік көрінісін айқындайды. Сонымен қатар отбасылық зорлық-зомбылыққа қатысты жарияланымдарда әйелдердің көбіне қорғауды қажет ететін субъект ретінде берілуі де осы үрдісті күшейтеді.

Алынған нәтижелер қазіргі медиада әйел бейнесінің өзгеріске ұшырағанын көрсетеді. ХХІ ғасырда әйел тұлғасы қоғамдық, саяси және кәсіби қызметтің белсенді субъектісі ретінде жиі көрініс тапқанымен, дәстүрлі гендерлік таптаурындар толық жойылған жоқ. Бұл қазіргі медиадискурста дәстүрлі және жаңа гендерлік модельдердің қатар өмір сүретінін көрсетеді. Біздің зерттеуімізде де 2020–2025 жылдардағы медиамәтіндерді талдау барысында әйелдердің саясаттағы, кәсіпкерліктегі және қоғамдық қызметтегі жетістіктері жиірек көрсетілгенімен, оларды сипаттауда *нәзік жандылар, ана, отбасына адал, көпбалалы ана* сияқты дәстүрлі лингвомәдени маркерлердің тұрақты қолданылатыны анықталды.

Ерлердің медиадағы репрезентациясы да өзіндік ерекшеліктерімен сипатталады. Олар көбіне көшбасшылық, кәсіби бедел, саяси ықпал және қоғамдық мәртебе арқылы бейнеленеді. Сонымен бірге ер адамдарға қатысты гендерлік маркерлердің сирек қолданылуы олардың қоғамдық мәртебесінің бейтарап норма ретінде қабылданатынын аңғартады. Ал әйелдерге қатысты гендерлік маркерлердің жиілігі олардың әлеуметтік рөлдерінің тіл арқылы айқын белгіленетінін көрсетеді.

Осылайша, зерттеу нәтижелерін лингвомәдени тұрғыдан талдау қазақтілді медиадағы гендерлік асимметрияның үш деңгейде көрініс табатынын пайымдауға негіз болады. Лексика-семантикалық деңгейде ол гендерлік маркерлер мен бағалауыш эпитеттер арқылы көрінсе, дискурстық деңгейде ерлер мен әйелдердің әлеуметтік рөлдерінің әртүрлі репрезентациясы арқылы байқалады. Ал лингвомәдени деңгейде бұл ерекшеліктер ұлттық дүниетаныммен, мәдени құндылықтармен және қоғамдағы дәстүрлі гендерлік ұстанымдармен сабақтасып жатыр.

Жалпы алғанда, алынған нәтижелер қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарындағы гендерлік асимметрияның дәстүр мен қазіргі қоғамдық өзгерістердің тоғысында қалыптасқан күрделі лингвомәдени құбылыс екенін

көрсетеді. Әйел мен ер адамның медиалық бейнесі қоғамдағы өзгерістерге бейімделіп отырғанымен, олардың репрезентациясында ұлттық мәдени кодтар мен дәстүрлі гендерлік модельдер әлі де маңызды орын алады.

### **Қорытынды**

Жүргізілген зерттеу 2020–2025 жылдар аралығындағы қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарында гендерлік асимметрияның лексика-семантикалық, дискурстық және лингвомәдени деңгейлерде көрініс табатынын көрсетті. Контент-талдау нәтижесінде гендерлік маркерлердің медиамәтіндерде жүйелі қолданылатыны және олардың ерлер мен әйелдердің әлеуметтік бейнесін қалыптастыруда маңызды қызмет атқаратыны анықталды.

Зерттеу нәтижелері ерлер мен әйелдердің медиалық репрезентациясында тұрақты айырмашылықтардың сақталғанын көрсетті. Ерлер көбінесе көшбасшылық, билік, кәсіби құзыреттілік және қоғамдық мәртебемен байланыстырылса, әйелдердің кәсіби жетістіктері көбіне олардың отбасылық және әлеуметтік рөлдерімен қатар беріледі. Әйел-лидер, әйел-кәсіпкер сияқты қолданыстардың жиі кездесуі әйелдердің қоғамдық белсенділігінің артқанын білдіргенімен, олардың гендерлік ерекшелігінің арнайы тілдік маркерлер арқылы айқындалуы медиадағы гендерлік асимметрияның әлі де сақталғанын аңғартады.

Лингвомәдени талдау гендерлік асимметрияның ұлттық дүниетаныммен, мәдени құндылықтар жүйесімен және дәстүрлі гендерлік ұстанымдармен тығыз байланысты екенін көрсетті. Қазақтілді медиада әйел бейнесі көбіне ана, отбасының ұйытқысы, нәзіктік сияқты ұлттық мәдени кодтармен сабақтас берілсе, ерлер бейнесі жауапкершілік, көшбасшылық және шешім қабылдау ұғымдарымен ұштасады. Бұл гендерлік репрезентацияның ұлттық-мәдени ерекшеліктерін айқындайды.

Сонымен қатар зерттеу қазіргі қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарында гендерлік рөлдердің біртіндеп өзгеріп келе жатқанын да көрсетті. Әйелдердің қоғамдық-саяси және кәсіби қызметінің медиада жиі көрініс табуы гендерлік рөлдердің кеңею үрдісін байқатса, дәстүрлі гендерлік маркерлердің сақталуы ұлттық мәдени құндылықтардың медиадискурстағы ықпалының әлі де жоғары екенін дәлелдейді.

Зерттеу нәтижелері қазақтілді медиадағы гендерлік асимметрияның ұлттық-мәдени ерекшеліктерін тереңірек түсінуге мүмкіндік береді және медиалингвистика, гендерлік лингвистика мен лингвомәдениеттану салаларындағы кейінгі зерттеулерге теориялық әрі практикалық негіз бола алады.

### **ӘДЕБИЕТ**

[1] Шоқым Г.Т. Гендерлік лингвистика негіздері. – Алматы: Экономика, 2012. – 189 б.

- [2] Бисембаева С.Д., Сансызбаева С.К., Темиркулова Г.К. Феминитивы в казахской и русской лингвокультурах // Вестник Торайгыров университета. Филологическая серия. – 2025. – №3. – С. 118-130 <https://doi.org/10.48081/LRYM3669>
- [3] Eckert, P., McConnell-Ginet, S. Language and Gender (2nd ed.). Cambridge University Press, 2015. – 379 p.
- [4] Жанұзакова Б. Есірткі мәселесі ес жиғызбай тұр // Айқын. 4 қараша, 2023. <https://pdf.aikyn.kz/4.11.2023> 25.05.2025
- [5] Қаппас Қ. Шерзат заңы «Салтанат заңына» жеткенше // Жас Алаш. 15 қараша, 2024. <https://zhasalash.kz/news/sherzat-s-saltanat-zanina-zhetkenshe-2acb14/> 25.05.2025
- [6] Әйел-тіршіліктің тірегі // Егемен Қазақстан. 12 қараша, 2025 <https://egemen.kz/article/398958-ayel-%E2%80%93-tirshiliktinh-tiregi> 22.04.2025
- [7] Wagner C., Graells-Garrido E., Garcia D., Menczer, F. Women through the glass ceiling: gender asymmetries in Wikipedia // EPJ data science. – 2016. – 5(1). – Pp. 5-29. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-016-0066-4>
- [8] Шаикова Г.К. Гендерные стереотипы в русском и казахском языковом сознании // Торайгыров университетінің Хабаршысы. Филология сериясы. – 2023. – №4. – С. 368-378 <https://doi.org/10.48081/FHFI9436>
- [9] Sprouse J., Messick T., Bobaljik J.D. Gender asymmetries in ellipsis: An experimental comparison of markedness and frequency accounts in English // J.Linguistics. – 2022. – №58. – Pp.345-379. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/S0022226721000323>
- [10] Жумашева К., Ажғалиев М. Гендерлік дискурс: instagram желісіндегі саяхатшы блогерлердің тілдік стилі мен коммуникация тәсілдерінің ерекшеліктері // Тіл және әдебиет: теориясы мен тәжірибесі. – 2025. – №4(3). – Б. 37–54. <https://doi.org/10.52301/2957-5567-2025-4-3-37-54>
- [11] Акмагамбетова Б.Е., Сәрсекке Г.Ә. Сұхбат дискурсының гендерлік ерекшеліктері // Абылай хан ат. ҚазХҚЖӘТУ хабаршысы. Филология ғылымдары сериясы. – 2025. – №2 (77). – Б. 29-47 <https://doi.org/10.48371/PHILS.2025.2.77.002>
- [12] Zhanzhigitov S. Gender linguistics: analysis of scientific publications in Scopus // Bulletin of the Eurasian Humanities Institute. – 2024. – №3. – P. 16–29. <https://doi.org/10.55808/1999-4214.2024-3.02>
- [13] Agabekova Zh.A., Salimzhanova A.S. Scientific foundations of gender linguistics in Kazakhstan // Bulletin of Yassawi University. – 2024. – Vol. 4. – №134. – P. 33-47 <https://doi.org/10.47526/2024-4/2664-0686.103>
- [14] Рябова М.Э., Грабко Л.С. Гендерная асимметрия при создании имиджа политика в СМИ Великобритании // Исследования молодых ученых, №4 <https://mgpu-media.ru/issues/issue-60/literaturovedenie-i-yazykoznanie/gendernaya-asimmetriya-pri-sozdanii-imidzha-politika-v-smi-velikobritanii.html> 25.05.2025
- [15] Сахи Ж., Айдымбаева А. Гендерная политика в казахском обществе начала XX века на страницах журнала «Айкап»: медиа-этнографический анализ // Asian Journal “Steppe Panorama”. – 2025. – Т. 12. № 6. – С. 1808-1823. DOI: 10.51943/2710-3994\_2025\_12\_6\_1808-1823.

## REFERENCES

- [1] Shokym G.T. Genderlik lingvistika negizderi [Fundamentals of Gender Linguistics]. – Almaty: Ekonomika, 2012. – 189 b. [in Kaz.]
- [2] Bisembaeva S.D., Sansyzbaeva S.K., Temirkulova G.K. Feminativy v kazahskoj i russkoj lingvokul'turah [Feminatives in Kazakh and Russian linguistic cultures] // Vestnik Torajgyrov universiteta. – 2025. – №3. – S. 118-130 <https://doi.org/10.48081/LRYM3669> [in Rus.]
- [3] Eckert P., McConnell-Ginet S. Language and Gender (2nd ed.). – Cambridge University Press, 2013. – 379 p.
- [4] Zhanuzakova B. Esirtki masekesi es zhigysbai tur [The Drug Problem Is Becoming Increasingly Alarming] // Aikyn. 04.11.2023. <https://pdf.aikyn.kz/4.11.2023 25.05.2025>
- [5] Kappas K. Sherzat zany Salatanat zany zhetkenshe [Until the “Sherzat Law” Reaches the Level of the “Saltanat Law”] // Zhas Alash. 15.10.2024. <https://zhasalash.kz/news/sherzat-s-saltanat-zanina-zhetkenshe-2acb14/> 25.05.2025
- [6] “Woman – the Pillar of Life.” // Egemen Qazaqstan. November 12, 2025. <https://egemen.kz/article/398958-ayel-%E2%80%93-tirshiliktin-tiregi> April 22, 2025)
- [7] Wagner C., Graells-Garrido E., Garcia D., & Menczer F. Women through the glass ceiling: gender asymmetries in Wikipedia. [Text] // EPJ data science. – 2016. – 5(1), – Pp. 5-29. DOI: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-016-0066-4>
- [8] Şaikova G.K. Gendernye stereotipy v ruskom i kazahskom iazykovom soznanii [Gender stereotypes in Russian and Kazakh language consciousness] // Toraiğyrov universitetiniñ Habarşysy. Filologia seriasy. – 2023. – №4. – B. 368-378 <https://doi.org/10.48081/FHFI9436> [in Rus.]
- [9] Sprouse J., Messick T., Bobaljik J.D. Gender asymmetries in ellipsis: An experimental comparison of markedness and frequency accounts in English // J.Linguistics. – 2022. – №58. – Pp. 345-379. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/S0022226721000323>
- [10] Jumaşeva K., Ajgaliev M. Genderlik diskurs: instagram jelisindegi saiahatşy bloggerlerdiñ tıldık stili men komunikasia täsilderiniñ erekşelikterı [Gender discourse: features of linguistic style and communicative strategies of travel bloggers on instagram] [Text] // Tıl jäne ädebiat: teoriasy men täjiribesı. – 2025. – №4(3). – B. 37–54. <https://doi.org/10.52301/2957-5567-2025-4-3-37-54> [in Kaz.]
- [11] Akmagambetova B.E., Särseke, G.A. Sühbat diskursynyñ genderlik erekşelikterı [Gender features of interview discourse] // Abylai han at. QazHQjATU habarşysy. Filologia ğylymdary seriasy. – 2025. – №2 (77). – B. 29-47 <https://doi.org/10.48371/PHILS.2025.2.77.002> [in Kaz.]
- [12] Zhanzhigitov S. Gender linguistics: analysis of scientific publications in Scopus // Bulletin of the Eurasian Humanities Institute. – 2024. – №3. – Pp. 16-29. <https://doi.org/10.55808/1999-4214.2024-3.02>
- [13] Agabekova Zh.A., Salimzhanova A.S. Scientific foundations of gender linguistics in Kazakhstan [Text] // Bulletin of Yassawi University. – 2024. – Vol. 4. – №134. – Pp. 33-47 <https://doi.org/10.47526/2024-4/2664-0686.103>

[14] Rjabova M.Je., Grabko L.S. Gendernaja asimmetrija pri sozdanii imidzha politika v SMI Velikobritanii [Gender asymmetry in creating a politician's image in the UK media] // Issledovaniya molodyh uchenyh, №4 <https://mgpu-media.ru/issues/issue-60/literaturovedenie-i-yazykoznanie/gendernaya-asimmetriya-pri-sozdanii-imidzha-politika-v-smi-velikobritanii.html>: 25.05.2025 [in Rus.]

[15] Sakhi Zh., & Aidymbayeva A. Sahi Zh., Ajdymbaeva A. Gendernaya politika v kazahskom obshchestve nachala HH veka na stranicah zhurnala «Ajkap»: media-etnograficheskij analiz [Gender policy in Kazakh society at the beginning of the twentieth century on the pages] // Asian Journal "Steppe Panorama". – 2025. – T. 12. № 6. – S. 1808-1823. DOI: 10.51943/2710-3994\_2025\_12\_6\_1808-1823.

## **ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ГЕНДЕРНОЙ АСИММЕТРИИ (НА ОСНОВЕ МАТЕРИАЛОВ СМИ ЗА 2020-2025 ГГ.)**

\*Нурмаганбетова Г.Б.<sup>1</sup>, Шоқым Г.Т.<sup>2</sup>

\*<sup>1,2</sup>Актюбинский региональный университет имени К. Жубанова  
Актобе, Казахстан

В статье рассматривается лингвокультурный аспект гендерной асимметрии в средствах массовой информации. Медиапространство XXI века и явление гендерной асимметрии в СМИ определяются национально-культурными особенностями. Основным объектом исследования являются материалы казахоязычных СМИ за период 2020-2025 гг. В ходе исследования проведен анализ репрезентации образов мужчин и женщин в казахском медиадискурсе.

Цель исследования – выявление проявлений гендерной асимметрии в медиадискурсе. На основе статей, опубликованных в СМИ в период с 2020 по 2025 годы, проанализирован их лингвокультурный аспект. Научная новизна исследования заключается в анализе явления гендерной асимметрии на базе материалов СМИ и выявлении социального и лингвокультурного значения языковых средств. Гендерная асимметрия в культурном контексте представляет собой совокупность стереотипных представлений, сформированных в системе национального познания и ценностей.

СМИ играют ключевую роль в отражении сложившихся в обществе гендерных стереотипов. Результаты исследования демонстрируют, что лингвокультурные проявления гендерной асимметрии в СМИ отражают национальные представления о ролях мужчин и женщин в общественных отношениях. В статье представлены динамика формирования гендерных ролей и сравнительные подходы. Результаты способствуют пониманию особенностей гендерной асимметрии в медиаобразах и выявлению лингвокультурных кодов в общественном мнении. Установлено, что образ мужчины в публикациях ассоциируется с лидерством, принятием решений, “ФИЛОЛОГИЯ ҒЫЛЫМДАРЫ” сериясы №3 (82) 2026

властью и профессиональной компетентностью, тогда как образ женщины чаще представлен в эмоциональном и бытовом контекстах. Исследование показывает, что в казахском медиадискурсе до сих пор сохраняются гендерные стереотипы. При этом СМИ отражают динамику изменения гендерных ролей и расширение феминных и маскулинных моделей.

**Ключевые слова:** гендерная лингвистика, гендерная асимметрия, репрезентация, гендерные роли, лингвокультурный, код, гендерные стереотипы, гендерный дискурс

## LINGUOCULTURAL ASPECT OF GENDER ASYMMETRY (BASED ON MEDIA MATERIALS FROM 2020-2025)

\*Nurmaganbetova G.<sup>1</sup>, Shokym G.<sup>2</sup>

\*<sup>1,2</sup>K. Zhubanov Aktobe Regional University, Aktobe, Kazakhstan

**Abstract.** The article examines the linguacultural aspect of gender asymmetry in the media. In the 21st century, the media landscape and the phenomenon of gender asymmetry are shaped by national and cultural specificities. The primary focus of this study is Kazakh-language media materials published between 2020 and 2025. The research involves an analysis of the representation of men and women within Kazakh media discourse.

The objective of the research is to identify manifestations of gender asymmetry in media discourse. Accordingly, a linguacultural analysis was conducted based on media articles published from 2020 to 2025. The scientific novelty of the study lies in the analysis of gender asymmetry through media materials and the elucidation of the social and linguacultural significance of linguistic applications. Gender asymmetry in a cultural context constitutes a set of stereotypes formed within the system of national cognition and values.

The media play a crucial role in reflecting established gender stereotypes. Consequently, gender roles in the cultural context are determined by traditional perceptions and national value systems. The study demonstrates that the linguacultural manifestations of gender asymmetry in the media reflect national understandings of male and female roles in social relations. The article presents the dynamics of gender role formation and development, along with comparative perspectives. The results contribute to understanding the characteristics of gender asymmetry in media-constructed images and the distinct linguacultural codes present in public opinion. The findings indicate that the image of men is predominantly linked to leadership, decision-making, power, and professional expertise, whereas the image of women is defined through emotional and domestic contexts. It is evident that gender stereotypes persist in Kazakh media discourse; however, the media also reflect evolving gender roles and the expansion of feminine and masculine models.

**Keywords:** gender linguistics, gender asymmetry, representation, gender roles, linguocultural, code, gender stereotypes, gender discourse

*Мақала түсті / Статья поступила / Received: 10.02.2026.  
Жариялауға қабылданды / Принята к публикации / Accepted: 25.09.2026.*

**Авторлар туралы мәлімет:**

Нурмаганбетова Гулжайна Бердимуратовна – докторант, Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті, Ақтөбе, Қазақстан, e-mail: guljainaok@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0007-4832-2040>

Шоқым Гулжан Тыныштықбайқызы – филология ғылымдарының докторы, профессор, Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті, Ақтөбе, Қазақстан, e-mail: shokum@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5243-591X>

**Информация об авторах:**

Нурмаганбетова Гулжайна Бердимуратовна – докторант, Актюбинский региональный университет имени К. Жубанова, Актөбе, Казахстан, e-mail: guljainaok@mail.ru, [://orcid.org/0009-0007-4832-2040](https://orcid.org/0009-0007-4832-2040)

Шоқым Гулжан Тыныштықбайқызы – доктор филологических наук, профессор, Актюбинский региональный университет имени К. Жубанова, Актөбе, Казахстан, e-mail: shokum@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5243-591X>

**Information about the authors:**

Nurmaganbetova Gulzhaina Berdimuratovna – doctoral student, K. Zhubanov Aktobe Regional University, Aktobe, Kazakhstan, e-mail: guljainaok@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0007-4832-2040>

Shokym Gulzhan Tynyshtykbaikyzy – Doctor of Philology, Professor, K. Zhubanov Aktobe Regional University, Aktobe, Kazakhstan, e-mail: shokum@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5243-591X>