

ISSN (PRINT) 2959-5649
ISSN (ONLINE) 2959-5657

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Казахский национальный педагогический университет имени Абая
Abai Kazakh National Pedagogical University

ХАБАРШЫ ВЕСТНИК

«Филология ғылымдары» сериясы
Серия «Филологические науки»
Series «Philological Sciences»
№3 (97), 2026

Алматы, 2026

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті

ХАБАРШЫ
«Филология ғылымдары» сериясы
№3 (97), 2026 ж.

Шығару жиілігі – жылына 4 нөмір.
2000 ж. бастап шығады.

Бас редактор:
PhD, зерттеу қызметі және инновация
жөніндегі проректоры Сұлтан Е.

Бас редактордың орынбасары:
филол.ғ.д., проф. Абишева С.Д.

Ғылыми редактор:
филол.ғ.д., проф. Есенова К.У.

Редакциялық алқа:
филол.ғ.к., қауымд. проф. Сатмирова Д.А.
филол.ғ.к., қауымд. проф. Жиренов С.А.
филол.ғ.д., проф. Османова З.Ж.
ал-Фараби ат. ҚазҰУ филол.ғ.к., қауымд.
проф. Джолдасбекова Б.У.
пед.ғ.д., проф., ал-Фараби ат. ҚазҰУ
Салханова Ж.Х.
филол.ғ.д., проф., ҚазҰҚызПУ
Книнова Ж.К.
PhD, қауымд. проф. м.а., Т.Жүргенов ат.
Қазақ ұлттық өнер академиясы
Жалалова А.М.
PhD, қауымд. проф., Ө. Жәнібеков ат.
Оңтүстік Қазақстан педагогикалық
университеті Нуриман Б.Т.
филол.ғ.д., проф., Ресей халықтар достығы
университеті Бахтикереева У.М. (Ресей)
филол.ғ.д., доцент, Таулы Алтай мемлекеттік
университеті Алексеев П.В. (Ресей)
филол.ғ.д., проф., Варминь-Мазур
университеті Киклевич А.К. (Польша)
PhD, проф., Джордж Вашингтон
университеті Роллберг П. (АҚШ)
PhD, проф., Орталық Ланкашир
университеті Табачникова О.М.
(Ұлыбритания)

Жауапты хатшы:
PhD, қауымд. проф. м.а. Серикова С.К.

Техникалық хатшы:
PhD, қауымд. проф. Сабирова Д.А.

© Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, 2026

Қазақстан Республикасының
Мәдениет және ақпарат министрлігінде
2009 жылы мамырдың 8-де тіркелген
№10109-Ж

Басуға 30.09.2026 қол қойылды.
Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 17.8 е.б.т.
Тапсырыс 13.

050010, Алматы қаласы,
Достық даңғылы, 13,
Абай атындағы ҚазҰПУ

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің

МАЗМҰНЫ СОДЕРЖАНИЕ CONTENT

ТІЛ БІЛІМІ ЛИНГВИСТИКА LINGUISTICS

- Байшукурова Г.Ж., Құлажан Р.А., Иргебаева А.Б.**
Лингвокультурологический потенциал топонима
«Астана» в рекламном дискурсе..... 5
- Байшукурова Г.Ж., Құлажан Р.А., Иргебаева А.Б.**
Жарнама дискурсіндегі «Астана» топонимінің
лингвомәдени әлеуеті
Baishukurova G.Zh., Kulazhan R.A., Irgebayeva A.B.
The linguacultural potential of the toponym “Astana” in
kazakhstan’s advertising discourse
- Ермекбаева Г.С.** Рубленный синтаксис в прозе М.
Веллера: лингвистический и методический анализ..... 16
- Ермекбаева Г.С.** М. Веллер прозасындағы кесілген
синтаксис: лингвистикалық және әдістемелік талдау
Yermekbayeva G.S. Fragmented syntax in M. Veller’s
prose: linguistic and methodological analysis
- Есенова Қ.Ө.** Абай шығармаларындағы «жүрек» концеп-
тісінің тілдік өрнегі мен адамтанымдық мәні..... 24
- Есенова К.У.** Языковое выражение и человековедческий
смысл концепта «сердце» в произведениях Абая
Yessenova K.U. Linguistic expression and anthropological
meaning of the concept “heart” in Abai’s works
- Омарова Г.Е.** Совместное речемышление человека и
генеративного искусственного интеллекта: психолинг-
вистический аспект..... 33
- Омарова Г.Е.** Адамдар мен генеративті жасанды
интеллектінің бірлескен сөйлеу және ойлау қызметі:
психолингвистикалық тұрғыдан қарастыру
Omarova G.E. Joint Speech-And-Thought Activity Of
Humans And Generative AI: A Psycholinguistic Perspective

ӘДЕБИЕТТАНУ ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ LITERARY STUDIES

- Абишева С.Д.** Попытка интерпретации «Слов
назидания» Абая 41
- Абишева С.Д.** Абайдың «Қара сөздерін» түсіндіру
әрекеті
Abisheva S.D. An Attempt to Interpret Abai’s “The Book of
Words”
- Адибаева Ш.Т., Абуова Б.П., Джалмухамбетова Л.Т.**
«Крылатый левун» Руслана Марсовича: возвращение
неизученного литературного наследия..... 51

«Ұлағат» баспасы
Казахский национальный
педагогический университет имени Абая

ВЕСТНИК
Серия «Филологические науки»
№3 (97), 2026 г.

Периодичность – 4 номера в год.
Выходит с 2000 года.

Главный редактор
PhD, проректор по исследованиям и
инновациям Сұлтан Е.

Зам. гл. редактора
д.филол.н., проф. Абишева С.Д.

Научный редактор
д.филол.н., проф. Есенова К.У.

Редакционная коллегия:
к.филол.н., ассоц. проф. Сатмирова Д.А.
к.филол.н., ассоц. проф. Жиренов С.А.
к.филол.н., ассоц. проф. Османова З.Ж.
д.филол.н., проф.
КазНУ им. аль-Фараби Джолдасбекова Б.У.
д.пед.н., проф. КазНУ им. аль-Фараби
Салханова Ж.Х.
д.филол.н., проф. КазНацЖенПУ
Кыинова Ж.К.
PhD, и.о.ассоц.проф. КазНАИ им.
Т.Жургенова Жалалова А.М.
PhD, доцент, Южно-Казахстанский
педагогический университет им. У.
Жанибекова Нуриман Б.Т.
д.филол.н., проф., РУДН Бахтикереева У.М.
(Россия)
д.филол.н., доцент, Горно-Алтайский
государственный университет
Алексеев П.В. (Россия)
д.филол.н., проф., Варминьско-Мазурский
университет Киклевич А.К. (Польша)
PhD, проф., Университет Джорджа
Вашингтона Роллберг П. (США)
PhD, проф., Университет Центрального
Ланкашира Табачникова О.М.
(Великобритания)

Ответственный секретарь:
PhD, и.о.ассоц.проф. Серикова С.К.
Технический секретарь:
PhD, ассоц.проф. Сабирова Д.А.

© Казахский национальный педагогический
университет им. Абая, 2026

Зарегистрировано
в Министерстве культуры и информации РК
8 мая 2009 г. №10109-Ж

Подписано в печать 30.09.2026 г.
Формат 60x84 1/8. Объем 17.8 уч-изд.л.
Заказ 13.

050010, г. Алматы,
пр. Достык, 13. КазНПУ им. Абая

Издательство «Ұлағат» Казахского
национального педагогического университета
им. Абая

Адибаева Ш.Т., Абуова Б.П., Джалмухамбетова Л.Т.
Руслан Марсовичтың «Қанатты арыстаны»: зерттелмеген
әдеби мұраны қайта жаңғырту
Adibaeva Sh.T., Abuova B.P., Dzhal mukhambetova L.T.
Ruslan Marsovich's "The Winged Lion": rediscovering an
unexplored literary heritage

Alekseev P.V., Sharypova V.S. Mediators of encounter:
language, guides, and access to the other in John
Sheepshanks' *My life in Mongolia and Siberia* (1903)..... 63

Алексеев П.В., Шарыпова В.С. Джон Шипшенкстің
«*My life in Mongolia and Siberia*» (1903) еңбегіндегі
кездесу делдалдары: тіл, жетекшілер және «басқаға» қол
жеткізу

Алексеев П.В., Шарыпова В.С. Посредники встречи:
язык, провожатые и доступ к «чужому» в травелог
Джона Шипшенкса «*My life in Mongolia and Siberia*»
(1903)

Бердиева Ш.Н. Хроникальная модель документального
повествования в русской и узбекской прозе начала ХХ
века..... 72

Бердиева Ш.Н. ХХІ ғасырдың басындағы орыс және
өзбек прозасындағы деректі әңгіменің хроникалық
моделі

Berdiyeva Sh.N. The Chronicle Model of Documentary
Narration in Russian And Uzbek Prose of the Early ХХІ
Century

Каскабасова Х.С., Поляк Д.М. От мифа к сказке:
мифологическое мировоззрение в генезисе сказочных
образов..... 78

Каскабасова Х.С., Поляк Д.М. Мифтан ертегіге дейін:
ертегілік образдардың жаратылысындағы мифологиялық
дүниекезқарас

Kaskabasova Kh.S., Polyak D.M. From myth to fairy tale:
the mythological worldview in the genesis of fairy-tale
images

Ломова Е.А., Бекен Г., Арзиева Е.Р. Творчество Ф.
Достоевского в пространстве итальянского мира и среди-
земноморской культурной и литературной традиции..... 85

Ломова Е.А., Бекен Г., Арзиева Е.Р. Ф.Достоевскийдің
шығармашылығы итальян әлемі мен Жерорта теңізі
аймағының мәдени және әдеби дәстүрі аясында

Lomova E.A., Beken G., Arzieva E.R. The work of F.
Dostoevsky within the Italian world and the Mediterranean
cultural and literary tradition

Мустояпова А. Энкиду как образ другого: деколониаль-
ный взгляд Мурата Ауэзова..... 101

Мустояпова А. «Өзге» образы ретіндегі энкиду:
Мұрат Әуезовтің деколониальдық көзқарасы

Mustoyapova A. Enkidu as the image of the other: Murat
Auevov's decolonial perspective

**Abai Kazakh National
Pedagogical University**

BULLETIN
Series "Philological Sciences"
No 3 (97), 2026.

Periodicity – 4 issues per year.
Published since 2000.

Editor-in-chief
PhD, Vice-Rector for Research and Innovation
Sultan E.

Deputy editor-in-chief
Doctor of Phil. Sciences, Prof. **Abisheva S.**
Scientific editor
Doctor of Phil. Sciences, Prof. **Essenova K.**

Editorial Board
Candidate of Phil. Sciences, Assoc. Prof.
Satemirova D.
Candidate of Phil. Sciences, Assoc. Prof.
Zhirenov S.
Candidate of Phil. Sciences, Assoc. Prof.
Osmanova Z.
*Dr of Phil. Sciences, Prof., Al-Farabi Kazakh
National University* **Dzholdasbekova B.**
*Doctor of Ped. Sciences, Prof., Al-Farabi Kazakh
National University* **Salkhanova Zh.**
*Doctor of Phil. Sciences, Prof.,
Kazakh National Women's Teacher Training
University* **Kiynova Zh.**
*PhD, Assoc. Prof., T. Zhurgenov Kazakh
National Academy of Arts* **Zhalalova A.**
*PhD, Assoc. Prof., U. Zhanibekov South
Kazakhstan Pedagogical University*
Nuriman B.T.
Doctor of Phil. Sciences, Prof., RUDN
Bakhtikireva U. (Russia)
*Doctor of Phil. Sciences, Assoc. Prof., Gorno-
Altaysk State University* **Alekseyev P.** (Russia)
*Doctor of Phil. Sciences, Prof., University of
Warmia and Mazury* **Kiklewicz A.** (Poland)
*PhD, Prof., George Washington
University* **Rollberg P.** (USA)
PhD, Prof., University of Central Lancashire
Tabachnikova O. (The United Kingdom)

Executive Secretary
PhD, Assoc. prof. **Serikova S.**
Technical Secretary
PhD, Assoc. prof. **Sabirova D.**

©Abai Kazakh National Pedagogical
University, 2026

Registered in the Ministry of Culture and
Information of the Republic of Kazakhstan
8 May 2009 No10109-Zh/Ж

Signed in print 30.09.2026.
Format 60x84 1/8. Volume 17.8
teaching and publishing lists. Order 13.

050010, Almaty, Dostyk Avenue 13,
Abai KazNPU

Publishing House "Ulagat" of the Abai Kazakh
National Pedagogical University

ПЕДАГОГИКА МЕН ӘДІСТЕМЕ МӘСЕЛЕЛЕРІ ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИКИ И МЕТОДИКИ PROBLEMS OF PEDAGOGY AND METHODOLOGY

Abdikerimova G.S., Baghymbayeva F.T. The rhetorical
and linguocultural foundations of teaching rhetorical
argumentation in russian language classes at the university..... 112

Әбдікерімова Г.С., Бағымбаева Ф.Т. Жоғары оқу
орнында орыс тілі сабақтарында риторикалық аргумента-
цияны оқытудың риторикалық және лингвомәдени
негіздері

Абдикеримова Г.С., Бағымбаева Ф.Т. Риторические и
лингвокультурные основы преподавания риторической
аргументации на занятиях по русскому языку в вузе

Саидкулов С.Б. Сравнительно-типологическое изучение
документализма в русской и узбекской прозе в вузовском
курсе литературы..... 120

Саидкулов С.Б. Орыс және өзбек прозасындағы
деректілікті жоғары оқу орнының әдебиет курсына
салыстырмалы-типологиялық тұрғыдан зерттеу

Saidkulov S.B. A comparative-typological study of
documentalism in Russian and Uzbek prose in the university
literature course

АУДАРМАТАНУ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ TRANSLATION STUDIES

Aitleuova A.B., Amanov A.Sh. Kazakh cultural concepts in
the children's fairy tale "Oyu khan and zhoyu khan": a
linguocultural and translation analysis..... 128

Айтлеуова А.Б., Аманов А.Ш. «Ою хан мен жою хан»
ертегісіндегі қазақ мәдени концептілері: лингвомәдени
және аудармалық талдау

Айтлеуова А.Б., Аманов А.Ш. Казахские культурные
концепты в детской сказке «ою хан и жою хан»:
лингвокультурный и переводческий анализ

Біздің авторлар..... 137
Наши авторы..... 139
Our authors..... 141

ТІЛ БІЛІМІ ЛИНГВИСТИКА LINGUISTICS

МРНТИ 16.21.33

10.51889/2959-5657.2026.97.3.001

*Байшукурова Г.Ж.¹ , Құлажан Р.А.² , Иргебаева А.Б.³ 
^{1,3}Казахский национальный педагогический университет имени Абая

²Военно-инженерный институт радиотехники и связи
Алматы, Казахстан

*e-mail: baishukurova@mail.ru
e-mail: kulazhanrahiya@gmail.com
e-mail: kaldanov70@mail.ru

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТОПОНИМА «АСТАНА» В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация

В статье раскрывается лингвокультурологический потенциал топонима «Астана» как значимой единицы современного рекламного дискурса Казахстана. Цель исследования заключается в выявлении исторических, семантических и культурных компонентов топонима «Астана», репрезентируемых в рекламных текстах. Материалом исследования послужили данные рекламного подкорпуса Национального корпуса казахского языка. С применением методов корпусного, семантического и лингвокультурологического анализа определяются основные функции топонима, особенности его частотности и варьирования в зависимости от стилевой принадлежности и коммуникативной направленности текста. Особое внимание уделяется актуализации культурно-исторических смыслов топонима, его роли в формировании локальной идентичности и создании положительных образов города. Полученные результаты позволяют рассматривать топоним «Астана» как важный лингвокультурный ресурс рекламной коммуникации.

Ключевые слова: топоним, рекламный дискурс, лингвокультурология, топонимия, корпусный анализ, Национальный корпус казахского языка

*Байшукурова Г.Ж.¹ , Құлажан Р.А.² , Иргебаева А.Б.³ 
^{1,3}Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
²Радиоэлектроника және байланыс әскери инженерлік институты

Алматы, Қазақстан
*e-mail: baishukurova@mail.ru
e-mail: kulazhanrahiya@gmail.com
e-mail: kaldanov70@mail.ru

ЖАРНАМА ДИСКУРСІНДЕГІ «АСТАНА» ТОПОНІМІНІҢ ЛИНГВОМӘДЕНИ ӘЛЕУЕТІ

Аңдатпа

Мақалада «Астана» топонимінің Қазақстанның қазіргі жарнамалық дискурсындағы маңызды тілдік бірлік ретіндегі лингвомәдени әлеуеті қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – жарнамалық мәтіндерде репрезентацияланатын «Астана» топонимінің тарихи, семантикалық және мәдени компоненттерін анықтау. Зерттеу материалы ретінде Қазақ тілінің ұлттық корпусының жарнамалық ішкорпусының деректері пайдаланылды. Корпустық, семантикалық және лингвомәдени

талдау әдістерін қолдану арқылы топонимнің негізгі қызметтері, оның мәтіннің стильдік сипаты мен коммуникативтік бағытына байланысты қолданыс жиілігі мен вариативтілік ерекшеліктері айқындалды. Зерттеуде топонимнің мәдени-тарихи мағыналарының өзектенуіне, оның жергілікті бірегейлікті қалыптастырудағы және қаланың жағымды бейнесін жасаудағы рөліне ерекше назар аударылады. Алынған нәтижелер «Астана» топонимін жарнамалық коммуникацияның маңызды лингвомәдени ресурсы ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: топоним, жарнамалық дискурс, лингвомәдениеттану, топонимия, корпустық талдау, Қазақ тілінің ұлттық корпусы

*Baishukurova G.Zh.¹ , Kulazhan R.A.² , Irgebayeva A.B.³ 

^{1,3}Abai Kazakh National Pedagogical University

²Military Engineering Institute of Radio Electronics and Communications

Almaty, Kazakhstan

*e-mail: baishukurova@mail.ru

e-mail: kulazhanrahiya@gmail.com

e-mail: kaldanov70@mail.ru

THE LINGUACULTURAL POTENTIAL OF THE TOPONYM “ASTANA” IN KAZAKHSTAN’S ADVERTISING DISCOURSE

Abstract

The article examines the linguocultural potential of the toponym “Astana” as a significant linguistic unit in contemporary advertising discourse in Kazakhstan. The aim of the study is to identify the historical, semantic, and cultural components of the toponym “Astana” represented in advertising texts. The research material comprises data from the advertising subcorpus of the National Corpus of the Kazakh Language. Using corpus-based, semantic, and linguocultural analysis, the study identifies the main functions of the toponym, as well as patterns of its frequency and variation depending on the stylistic characteristics and communicative orientation of the text. Particular attention is paid to the actualization of the toponym’s cultural and historical meanings, its role in shaping local identity, and its contribution to constructing positive images of the city. The findings demonstrate that the toponym “Astana” can be regarded as an important linguocultural resource of advertising communication.

Keywords: toponym, advertising discourse, linguocultural studies, toponymy, corpus analysis, National Corpus of the Kazakh Language

Введение. В настоящее время информационные технологии активно стали применяться в лингвистических исследованиях, в частности, в корпусной лингвистике. Одним из важнейших направлений корпусных исследований является разработка национальных корпусов. Национальный корпус содержит большой объем текстов, представляющий конкретный язык в максимально полном охвате. Национальные корпуса включают в себя не только слова, формы и конструкции, но и все типы и жанры текстов. Они служат для исследования истории употребления слов, их контекстов, лексико-семантических, графических и орфографических вариантов, грамматических форм и значений, устойчивых сочетаний, типов предложений.

На основе опыта зарубежных проектов в Казахстане была разработана собственная модель корпусных исследований – Национальный корпус казахского языка [1]. Национальный корпус казахского языка – это научно-исследовательская и образовательная платформа, представляющая собой электронную базу текстов казахского языка, созданную для системного анализа его лексических, грамматических, семантических и функциональных особенностей. Корпус обеспечивает лингвистам, преподавателям, студентам и разработчикам языковых технологий доступ к структурированным языковым данным. Это специализированный фонд знаний, содержащий в полной мере (глубоко аннотированный) лексико-грамматическую систему казахского

языка, сборник объемных текстов в электронной форме, состоящий из миллионов слов. Общий объем корпуса – 65 миллионов словоупотреблений.

Основной целью НККЯ является создание целостной модели казахского языка, отражающей все его стилевые и жанровые пласты. А задачи корпуса включают сбор и лингвистическую разметку текстов разных стилей и эпох, обеспечение инструментов поиска по словам, формам, леммам и грамматическим признакам и создание базы данных для научных, педагогических и прикладных целей (в том числе для разработки систем машинного перевода, речевых технологий, лексикографических ресурсов).

Мир современного человека насыщен информацией, и особое место в этом многообразии занимает реклама. Она стремительно проникает во все сферы жизни, оказывая воздействие не только на экономические, но и на социальные, культурные и духовные аспекты общества. По определению Т.Г. Пядышевой, «реклама — это многокомпонентное социально-экономическое явление, имеющее широкий социальный контекст во всём многообразии связей: экономических, политических, моральных, религиозных, нравственных» [2, 254].

Рекламная коммуникация формирует новые модели поведения и мышления, отражая не только рыночные тенденции, но и мировоззренческие установки эпохи. В условиях информационной перенасыщенности человек усваивает лишь ограниченное количество рекламных посылов, при этом в подсознании сохраняются наиболее значимые и эмоционально окрашенные из них [2, 257]. Таким образом, реклама становится мощным инструментом влияния на коллективное сознание, способным изменять социальные и культурные коды общества.

В этом контексте особую значимость приобретает изучение рекламного дискурса как отражения культурных, мировоззренческих и языковых процессов. Эту задачу решает рекламный подкорпус Национального корпуса казахского языка.

Методы и материалы. Цель рекламного подкорпуса – создание электронной базы данных рекламных текстов, имеющих отношение к деловому общению, и анализ их характеристик. Рекламный подкорпус состоит из рекламных объявлений, рекламных текстов и других материалов из текстовой базы данных СМИ и интернет-рекламы, а также их метаданных и статистики использования. Метаданные рекламных объявлений состоят из 15 параметров. Это изображение рекламного объявления, материалы, текст, тип, ключевые слова (разделенные на макротемы и микротемы), язык, формат, тип, год, издатель журнала, дата публикации, контактная информация, аннотация, идентификатор текста и информация о времени публикации. Эта информация предоставляется для удобства пользователей и может быть изменена без предварительного уведомления. База данных содержит 4631 рекламных текстов. Общий объем составляет 140 000 слов.

Функциональные возможности подкорпуса позволяют:

- проводить контент-анализ казахского рекламного дискурса;
- изучать лексико-семантические особенности рекламных текстов;
- выявлять национально-культурные доминанты и ценностные ориентиры современной казахской рекламы;
- анализировать топонимическую репрезентацию, гендерные и этнокультурные аспекты рекламных текстов;
- исследовать динамику изменения рекламных стратегий в зависимости от времени, региона и медиаформата.

С лингвокультурологической точки зрения подкорпус позволяет выявить какие понятия, образы и метафоры используются для привлечения внимания аудитории, какие культурные коды активируются в рекламе (традиционные, религиозные, семейные, национальные, урбанистические). Например, сочетание сакральных мотивов с коммерческими, или обращение к национальной идентичности в слоганах и визуальных решениях, говорит о специфической адаптации глобальных рекламных практик к казахскому менталитету.

Подкорпус открывает возможность изучать вариативность языка рекламы в зависимости от социального статуса рекламоателя, региона распространения, целевой аудитории и канала

коммуникации. Например, реклама в Instagram демонстрирует разговорный, неформальный, эмоциональный стиль, тогда как тексты крупных компаний и государственных организаций отличаются нормативностью, официальнойностью и стандартизированной терминологией.

Кроме того, рекламный подкорпус служит богатым материалом для анализа языкового творчества и дискурсивных стратегий, к примеру, создания слоганов, каламбуров, рифм и др.

С методической точки зрения подкорпус представляет интерес и для обучения, так как позволяет студентам-филологам анализировать реальные тексты с точки зрения семантики, прагматики и культурных импликаций, формировать навыки критического чтения и медиакомпетенции.

Методологически значимым для нашего исследования представляется проведение параллели между рекламным подкорпусом НККЯ и мультимедийным корпусом НКРЯ. Хотя и прослеживаются различия в их функциональной направленности и структурной организации, оба ресурса акцентируют внимание на прагматических, дискурсивных и лингвокультурных аспектах языка.

Рекламный подкорпус – электронная база данных текстов на казахском языке, доступных в настоящее время в открытом доступе, созданная с помощью поисковой системы.

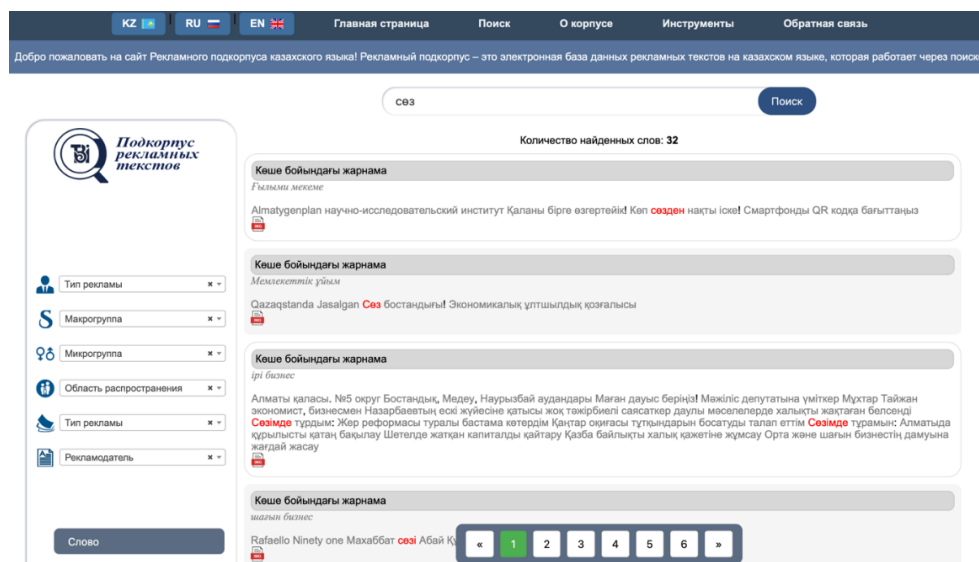


Рисунок 1. Интерфейс рекламного подкорпуса Национального корпуса казахского языка

Рекламный подкорпус представляет собой совокупность рекламных текстов, классифицированных по месту и способу распространения. Каждое слово сопровождается набором контекстов (конкордансов), позволяющих проследить функционирование лексем в пределах конкретного жанра. Так, при вводе названия товара (например, кымыз), приложение предлагает терминологические сочетания, фразеологизмы, пословицы, этнокультурные реалии и авторские словоупотребления (например: *сіргемөлдіретер, қымызмұрындық, саумал ішкен жасарады, қымыз көптің асы* и др.).

Отличительной особенностью рекламного подкорпуса Национального корпуса казахского языка является наличие развитой системы метаразметки, которая обеспечивает поиск, отбор и анализ рекламных текстов по множеству параметров. Интерфейс подкорпуса построен по принципу фильтрации данных, что позволяет исследователю гибко управлять выборкой и анализировать тексты с разных точек зрения.

	Тип рекламы	x ▾
	Макрогруппа	x ▾
	Микрогруппа	x ▾
	Область распространения	x ▾
	Тип рекламы	x ▾
	Рекламодатель	x ▾

Рисунок 2. Метаразметка рекламного подкорпуса Национального корпуса казахского языка (НККЯ)

Метаразметка по типу рекламы классифицирует тексты в соответствии с каналами распространения:

- уличная реклама;
- реклама на транспортных средствах;
- реклама в торговых точках;
- реклама в СМИ;
- реклама в сети Интернет.

Макрогруппа рекламного полкорпуса отражает социально-значимые сферы деятельности:

- социальные проблемы;
- общественные движения;
- политика, экология;
- услуги и торговля;
- предпринимательство и инфобизнес;
- образование, здоровье и здравоохранение;
- финансы;
- благотворительность;
- путешествие;
- жилище;
- общественное питание.

Метаразметка в соответствии с микрогруппой конкретизирует подтемы макрогруппы: защита окружающей среды, туризм, маркетинг, маркетплейс, гипермаркет, мобилография, психология, отношения, репетиторство и др.

Метаразметка по виду рекламного носителя выполнена с учетом формата рекламы: газета, баннер, брандмауэр, стенда, настенные наклейки, рекламная доска, шелфтокер, бутафория, радио, сторис, пост, видеоролик.

Метаразметка по области распространения фиксирует место размещения рекламы: регион, город, район, а также социальные сети (Youtube, Instagram).

Помимо указанных параметров предусмотрена метаразметка по субъекту – инициатору рекламного сообщения (рекламодателю): (государственные организации и учреждения), крупный, средний и малый бизнесы, индивидуальные предприниматели, общественные фонды и т.д.

Каждый текст в подкорпусе сопровождается метаданными — годом публикации, источником, типом медиа (визуальный, аудиовизуальный, аудио), а также ссылкой или контактными данными. Такая детализация обеспечивает высокую точность и достоверность при исследовании.

Исследование закономерностей употребления языковых единиц на материале размеченного рекламного подкорпуса НККЯ проводится с применением методов корпусного, функционально-прагматического и лингвокультурологического анализа.

Результаты и обсуждение. Лингвокультурологический подход к изучению топонимов представляет собой продуктивное научное направление, позволяющее рассматривать географические наименования как вербально зафиксированную систему культурного, исторического и этнического знания народа.

Топонимические наименования в рекламном дискурсе отражают культурные, символические и прагматические особенности современного языка. Для более наглядного представления собранного материала и анализа распределения топонимов в исследуемом корпусе была проведена их классификация по тематико-семантическому признаку. Анализ фактического материала показал, что в рекламных текстах НККЯ представлены урбанонимы (Ұлытау, Атамекен, Air Astana), оронимы (Ой-Қарағай, Көктал, Сарыарқа), гидронимы (Алакөл, Қайыңды, Ақжайық), ойконимым (Хромтау, Абай, Қатон-Қарағай).

Анализ материала рекламного подкорпуса НККЯ показывает, что среди анализируемых топонимов наибольшую долю составляют урбанонимы (см. рисунок 3).

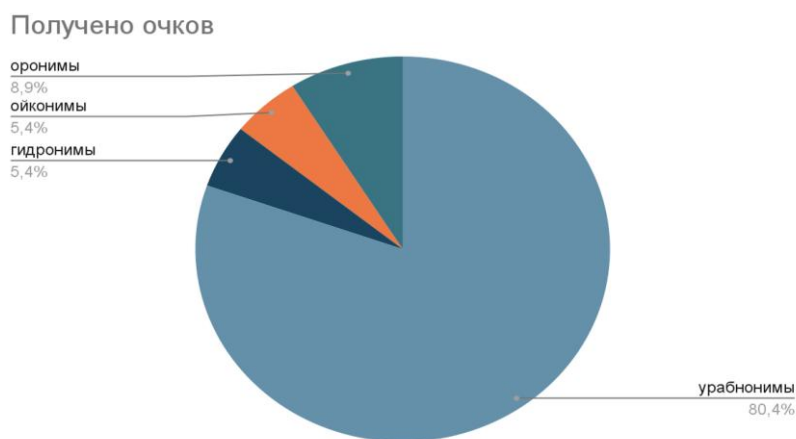


Рисунок 3. Процентное соотношение типов топонимов в рекламном подкорпусе Национального корпуса казахского языка

Урбанонимы активно используются в сфере торговли, образования, банковской деятельности, туризма и обслуживания, что свидетельствует об их высокой прагматической значимости и ориентации на формирование доверия со стороны потенциальных потребителей. Использование названий, связанных с городским пространством, позволяет подчеркнуть престиж, доступность и социальную значимость рекламируемых объектов. В то же время оронимы и гидронимы в основном ассоциируются с природным ландшафтом и экологической средой, в связи с чем преимущественно применяются в рекламе курортов, зон отдыха и туристических комплексов. В данных случаях топонимы выполняют локализирующую функцию, способствуя формированию у адресата четкого пространственного образа, аналогично ойконимам, которые также ориентированы на обозначение географической привязки объекта.

Одним из аспектов анализа рекламных топонимов является их графическое и языковое оформление, отражающее современные социокультурные и коммуникативные тенденции. В исследуемом материале широко представлены наименования, написанные с использованием казахской графики, такие как Атамекен, Мерей, Жайлау, Сәукеле, Нұрбанк, Қайыңды, Көктал, Ақжайық, Наурыз, Тәуелсіздік, Түркісіб, Алакөл и другие. Подобные топонимы выполняют функцию сохранения национально-культурной идентичности и актуализируют связь рекламируемого объекта с традиционными ценностями, исторической памятью и этнокультурным наследием.

Наряду с этим в рекламных текстах активно используются казахские слова, оформленные латиницей (Ulytau, Bauyrdaq, Oi-Qaragai, GulDala, Jetisu, Dostyk, Shymkent Plaza, Keruen и др.), что отражает влияние процессов цифровизации, глобализации и языковой модернизации. Латинская графика способствует формированию образа современности, технологичности и открытости международному коммуникационному пространству.

Особое место занимают гибридные наименования, сочетающие казахские и английские компоненты, такие как Alash Coffee, Air Astana, Alash AutoRent, Aspan City, Abai City, Almaty Mall, Jusan Family, Astana Motors, Orda Travel. В данных случаях английский элемент выполняет информативную и маркетинговую функцию, позволяя обозначить сферу деятельности организации и повысить ее привлекательность для широкой аудитории. Кроме того, в рекламном дискурсе встречаются полностью иноязычные названия (Bellagio, Olymp, Iris, Choco Food, МАКАО Luxury Village), ориентированные на создание имиджа престижности, элитарности и соответствия международным стандартам. Таким образом, сочетание казахской графики, латиницы и заимствованных элементов в структуре рекламных топонимов свидетельствует о динамичном взаимодействии национальных традиций и глобальных тенденций, а также способствует расширению их коммуникативного и прагматического потенциала.

Количественное и типологическое распределение топонимов в рекламном подкорпусе Национального корпуса казахского языка позволяет выявить общую структуру исследуемого материала, однако не раскрывает в полной мере их содержательный и культурный потенциал. В этой связи дальнейший анализ обращается к лингвокультурологическому аспекту функционирования топонимов, рассматривая их как носителей исторической памяти, культурных ценностей и национальных смыслов.

В рекламном дискурсе проявляется локализирующая роль топонимов, направленная на формирование у адресата четкого представления о географическом пространстве, в рамках которого осуществляется деятельность рекламируемого объекта. В объявлениях и рекламных текстах широко представлены наименования, указывающие на конкретные города, регионы, предприятия и инфраструктурные объекты, такие как Кызылжар су (ЖШС), Кызылорда и Казалы, Түркістан, Almatygenplan, Almaty Mall, Astana Motors, Almaty Arena, Ембімунайгаз, Маңғыстаумунайгаз, Амантауыс, Демеу Көк-Тас и другие. Вместе с тем топонимы нередко используются в качестве адресных ориентиров, обозначая крупные города и региональные центры: Алматы, Астана, Шымкент, Түркістан, Семей, Көкшетау, Атырау. Подобная адресная маркировка усиливает информативность рекламного сообщения и повышает степень его воспринимаемости.

Пространственная привязка трансформируется в инструмент позиционирования, повышая конкурентоспособность рекламируемого продукта и подчеркивая его региональную идентичность, укорененность в конкретном социокультурном окружении, а также близость к потенциальному потребителю. Упоминание известных городов и территорий активизирует в сознании адресата устойчивые ассоциации, связанные с экономическим развитием, инфраструктурой, уровнем сервиса и культурным статусом региона.

После приобретения независимости Казахстана наблюдается заметное увеличение числа казахских топонимов в рекламном дискурсе. Это можно увидеть на примере топонима *Астана*, который стал значительно чаще употребляться в названиях компаний, брендов и в рекламных текстах. Так, в основном корпусе НККЯ топоним *Астана* встречается 3353 раза, при этом в рекламном подкорпусе 46 вхождений кириллической формы Астана и 21 латинского варианта Astana. Кириллическая форма отражает локальный и национальный контекст, а латинское написание обеспечивает интеграцию города в глобальное информационно-коммуникативное пространство и усиливает узнаваемость на внешнем уровне.

У иранских и тюркских народов слово «астане»/«остон» обозначало место священного захоронения, порог, священное место [3]. В современном употреблении «Астана» переводится как «столица», что соответствует нынешнему статусу города. Таким образом, название

претерпело семантический сдвиг от сакрального значения к административному, сохранив при этом формальную преемственность.

В НККЯ топоним *Астана* встречается в различных макрогруппах рекламы (қызмет көрсету / обслуживание, мәдениет / культура, үй-жай / жилище, сауда / торговля, денсаулық / здоровье, оқу-білім / образование, авиация).

Как видим, в материалах рекламных текстов топоним *Астана* выполняет прежде всего локализующую роль, формируя территориальное позиционирование объектов и услуг: *Air Astana Астана мен Алматыдан тікелей рейстерді ұсынады*.

Особую идеологическую актуализацию данный компонент получил в период переименования столицы Казахстана в Нұр-Сұлтан (2019–2022 гг.) в честь Первого Президента Республики Казахстан, где «нұр» функционировал как символ светлого будущего и политической легитимации.

Анализ частотности употребления данного топонима показывает, что до определенного периода отмечался постепенный рост использования *Астаны* в рекламных текстах, затем наблюдался спад, связанный с переименованием города в *Нұр-Сұлтан*, после чего частотность резко увеличилась с возвращением прежнего названия. Эти изменения отражают влияние политико-исторических факторов на присутствие урбанонима в публичном и рекламном дискурсе (см. рисунок 4).

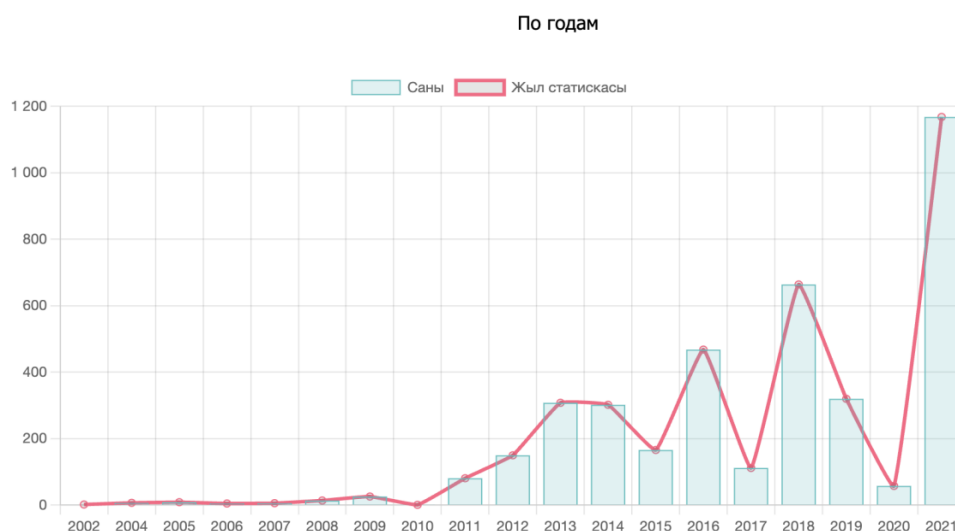


Рисунок 4. Частотность употребления топонима «Астана» в рекламном подкорпусе по годам

Топоним *Астана* в НККЯ представлен в разнообразных тематических контекстах, отражающих многоплановую роль города в лингвокультурном и медийном пространстве (см. рисунок 5).

Порядковый номер	Тематика	Количество слов
1	өнер	1163
2	өндіріс	126
3	құқық	1694
4	ғылым (қоғамдық ғылымдар, жаратылыстану ғылымдары)	1216
5	экономика	917
6	тұрмыстық өмір	180
7	табиғат	4
8	спорт	425
9	соғыс және қарулы қақтығыстар	30
10	саясат және қоғамдық өмір	1468

Рисунок 5. Тематическое распределение употребления топонима «Астана» в НККЯ

Высокая частотность употреблений топонима *Астана* наблюдается в сферах руханият / духовная жизнь (1603) и саясат және қоғамдық өмір / политика и общественная жизнь (1468), ғылым / наука (1216), өнер / искусство (1163), жаңалықтар / новости (462), спорт (425), мәдениет / культура (295), сараптама / аналитика (144), музыка (41), ойын-сауық / развлечения (32), білім / образование (31), жарнама / реклама (20).

Проведенный анализ топонима *Астана* демонстрирует разнообразие сфер его функционирования. Сопоставление тематической классификации с данными о функционально-стилевой принадлежности позволяет определить варьирование употребления топонима в зависимости от жанра и коммуникативной цели.

Выявленные закономерности представлены на графике, построенном на основе данных НККЯ, который отражает частотное распределение употреблений топонима *Астана* по функциональным стилям речи (см. рисунок 6).

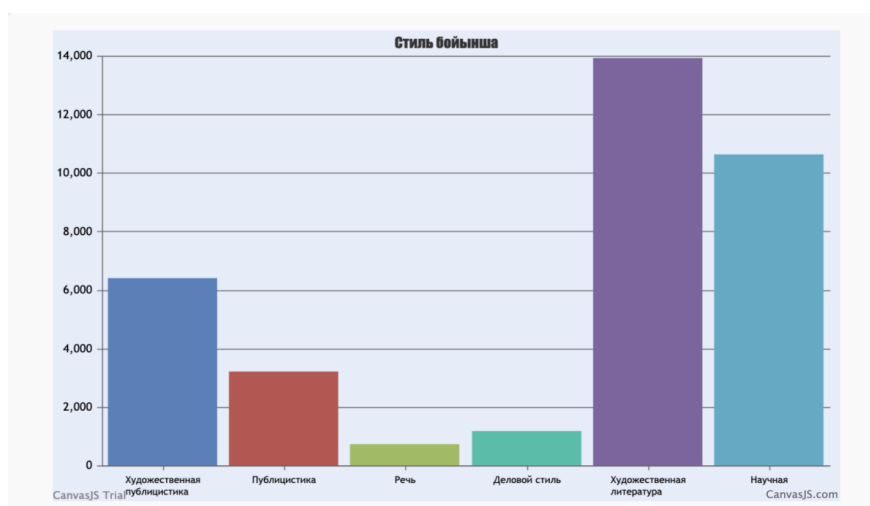


Рисунок 6. Распределение употребления топонима «Астан» по функциональным стилям речи (НККЯ)

Как показано на графике, распределение по стилям топонима *Астана* неравномерное. Наибольшее количество употреблений фиксируется в художественном стиле (13 943), что указывает на активное функционирование топонима в художественном стиле как значимого культурного и

пространственного маркера. В научном стиле топоним *Астана* (10 663) служит значимым объектом описания, анализа и научного осмысления. В художественной публицистике отмечается 6 463 употреблений топонима *Астана*, а в общественно-политическом медиадискурсе – 3 235 (всего – 9 698). В то же время в официально-деловом стиле (1 217) и разговорной речи (749) частотность употребления данного топонима существенно ниже.

Если рассматривать рекламные тексты в целом, то можно выделить ряд характерных функций, которые они выполняют в коммуникативном пространстве. Так, согласно У. Уэллсу, реклама ориентирована на повышение осведомленности аудитории, формирование имиджа, информирование, убеждение, стимулирование к действию, напоминание и подкрепление потребительского опыта [4].

При анализе топонимов в составе рекламных текстов целесообразно обратиться к классификации В.А. Никонов, топонимы реализуют номинативную, дескриптивную и идеологическую функции [5, 62].

Номинативная (адресная) функция рекламного текста направлена на идентификацию и точную локализацию объекта. Она позволяет потребителю быстро соотнести рекламируемый объект с конкретным местом, брендом или инфраструктурной единицей. В рамках данной функции активно используются топонимы, названия жилых комплексов, торговых центров, организаций и сервисов, что обеспечивает узнаваемость и ориентацию в пространстве. Особенно значима номинативная функция в рекламе недвижимости, коммерческих объектов, услуг и туристических направлений, где важна конкретика местоположения и привязка к реальной географии. Она выполняет не только информативную, но и навигационную роль, облегчая выбор потребителя. Например: *«Air Astana» әуекомпаниясына қош келдіңіз! / Добро пожаловать в авиакомпанию «Air Astana»! «Air Astana» әуекомпаниясына қош келдіңіз! / Добро пожаловать в авиакомпанию «Air Astana»!*

Дескриптивная (описательная) функция направлена на раскрытие качественных характеристик пространства, природного окружения, инфраструктуры или услуг. Она формирует у адресата определенные ассоциации, усиливает визуализацию и создает эмоционально окрашенный образ рекламируемого объекта. В отличие от номинативной функции, которая отвечает на вопрос «где?», дескриптивная функция отвечает на вопросы «какой?» и «чем привлекателен?». Благодаря этому рекламный текст становится более выразительным и воздействующим, побуждая потребителя к выбору. Примеры из рекламного корпуса: *Астана – елорда, сапа мекені/ Астана – столица, место высокого качества. Астана үлгісіндегі қызмет. / Услуги по образу Астаны.*

Идеологическая функция рекламного текста опирается на историко-культурный, символический и ценностный потенциал топонимов, выходя за рамки простого обозначения или описания объекта. Она апеллирует к коллективной памяти, национальным традициям, культурным кодам и социально значимым ценностям, тем самым усиливая лингвокультурный потенциал рекламного сообщения: *Астана қаласы – ел мақтанышы. / Город Астана – гордость страны. Астанамен бірге – алға! Вместе с Астаной – вперед! Қазақстандық сапа – Астана тандауы./ Казахстанское качество – выбор Астаны.*

Для усиления рекламного эффекта требуется не только указать, где находится объект, но и сформировать его привлекательный образ в сознании потребителя. В этой связи номинативная функция тесно взаимодействует с дескриптивной, которая дополняет сухую локализацию образностью, оценочностью и эмоциональной насыщенностью. Топоним встречается в составе различных метафор, эпитетов, слоганов, создающих запоминающийся образ города: *Жайнай бер, арман қала – Астана!/ Процветай, город мечты – Астана! Астана – Еуразия жүрегі. / Астана – сердце Евразии.*

Приведенные примеры демонстрируют реализацию идеологической функции топонимов, поскольку в данных наименованиях актуализируются исторические и культурные коды, значимые для национального самосознания.

Заключение. Лингвокультурологический анализ топонима *Астана* в рекламном подкорпусе НККЯ показал, что топонимы обладают богатой семантической и культурной наполненностью. Они отражают исторические, природные и социальные особенности территории, содержат элементы национальной идентичности и символики, а также сочетают современные графические и языковые формы, демонстрируя взаимодействие традиций и современных тенденций в казахском языковом пространстве.

Топоним *Астана* в рекламных текстах работает как своеобразный лингвокультурный маркер: он одновременно указывает на конкретное место и активизирует целый комплекс культурных, исторических и ценностных ассоциаций, связанных со столицей Казахстана. Через ассоциации с энергичным и динамичным городом передаются ценности современности, прогресса, престижа и надежности.

Список использованной литературы:

1. Национальный корпус казахского языка [Электронный ресурс]. – URL: https://qazcorpus.kz/_zharnama-ishkorpus (дата обращения: 22.08.2026).
2. Пядышева Т.Г. Вербальные составляющие в структуре рекламного текста // Вестник Тамбовского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – Вып. 1 (5).
3. Қазақ тілінің қысқаша этимологиялық сөздігі. – Алматы: Ғылым, 1966.
4. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама. Принципы и практика [Электронный ресурс]. – 7-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – URL: <https://libcat.ru/knigi/knigi-o-biznese/popular-business/97560-uilyam-uells-reklama-principy-i-praktika.html> (дата обращения: 22.08.2026).
5. Никонов В.А. Введение в топонимику. – М.: Наука, 1965. – 180 с.

References:

1. Natsionalnyi korpus kazakhskogo yazyka [National Corpus of the Kazakh Language]. Retrieved from https://qazcorpus.kz/_zharnama-ishkorpus [in Russian]
2. Pyadysheva T.G. (2016). Verbalnye sostavlyayushchie v strukture reklamnogo teksta [Verbal components in the structure of an advertising text]. Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki, (1). [in Russian]
3. Kazak tilinin kyskasha etimologiyalyk sozdigi [Concise Etymological Dictionary of the Kazakh Language]. (1966). Almaty: Gylym [in Kazakh]
4. Wells W., Moriarty S., & Burnett J. (2008). Reklama. Printsipy i praktika [Advertising: Principles and Practice] (7th ed.). St. Petersburg: Piter. Retrieved from <https://libcat.ru/knigi/knigi-o-biznese/popular-business/97560-uilyam-uells-reklama-principy-i-praktika.html> [in Russian]
5. Nikonov V.A. (1965). Vvedenie v toponimiku [Introduction to Toponymy]. Moscow: Nauka [in Russian]

БІЗДІҢ АВТОРЛАР

Байшукурова Гүлнұр Жолаушыбайқызы – филология ғылымдарының кандидаты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының доценті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2043-109X>, e-mail: baishukurova@mail.ru

Құлажан Рахия Абылайханқызы – Радиоэлектроника және байланыс әскери-инженерлік институты, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0572-887X>, e-mail: kulazhanrahiya@gmail.com

Іргебаева Ақерке Баянқызы – филология ғылымдарының кандидаты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің аға оқытушысы, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9499-0460>, e-mail: kaldanov70@mail.ru

Ермекбаева Гүлзира Садубекқызы – Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының докторанты, Алматы, Қазақстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8080-4559>, e-mail: ariz_g@mail.ru

Есенова Қалбике Өмірбайқызы – филология ғылымдарының докторы, профессор, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7402-362>, e-mail: kalbike.yesenova@bk.ru

Омарова Гүлнар Еркеновна – филология ғылымдарының кандидаты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының доценті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1035-2244>, e-mail: pomegran27@mail.ru

Абишева Сауле Джунусовна – филология ғылымдарының докторы, профессор, орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының меңгерушісі, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID 0000-0002-4497-0805, e-mail: s.abisheva@mail.ru

Әдібаева Шолпан Тимурқызы – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Сәтбаев университетінің қазақ және орыс тілдері кафедрасы, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1043-3275>, e-mail: s.adibayeva@satbayev.university

Абуова Бибижан Паркуловна – Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының докторанты, Алматы, Қазақстан, ORCID: 0000-0002-8976-0959, e-mail: bibizhan@mail.ru

Джалмухамбетова Ляззат Тлеукеновна – «Бөбек» ұлттық ғылыми-практикалық, білім беру және сауықтыру орталығы, «Бөбек» гимназиясы директорының ғылыми-әдістемелік жұмыс жөніндегі орынбасары, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-9267-9191> e-mail: j.lyazzat6969@mail.ru

Алексеев Павел Викторович – филология ғылымдарының докторы, орыс тілі және әдебиеті кафедрасының профессоры, Горно-Алтай мемлекеттік университеті, Горно-Алтайск қ., Ресей. ORCID 0000-0003-3680-1785, e-mail: pavel.alekseev.gasu@gmail.com

Бердиева Шахноза Набижоновна – Кимё Ташкент халықаралық университеті, Ташкент, Өзбекстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9820-8668>, e-mail: shat19@inbox.ru

Каскабасова Хорлан Сеитовна – Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының аға оқытушысы, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1490-8493>, e-mail: ks.kora@mail.ru

Поляк Дина Мироновна – филология ғылымдарының кандидаты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының аға оқытушысы, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8827-1865>, e-mail: vladimirtseva.dina@mail.ru

Ломова Елена Александровна – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4890-7715>, e-mail: elena_lomova@mail.ru

Бекен Гаухар – гуманитарлық ғылымдар магистрі, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-0268-9735>, e-mail: new.sgb.509@gmail.com

Арзиева Евгения – PhD, ассистент-профессор, Гуманитарлық ғылымдар мектебі, Нархоз университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3916-4451>, e-mail: belong_to_dreams@mail.ru

Мустояпова Айнаш Тоқушқызы – филология ғылымдарының кандидаты, Е.А. Букетова атындағы Қарағанды университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының доценті, Қарағанды, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5658-9844>, e-mail: mustoyanova2017@gmail.com

Әбдікерімова Гулнара Суйндиковна – PhD, аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: 0009-0004-0175-7045, e-mail: Agb-06@mail.ru

Бағымбаева Фариза Тлеубердіқызы – Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының докторанты, Алматы, Қазақстан, ORCID: 0009-0006-8617-3472, e-mail: f.baghymbayeva@abaiuniversity.edu.kz

Саидкулов Сирожиддин Бахтиёр угли – Самарқанд мемлекеттік университетінің Денау кәсіпкерлік және педагогика институты, Денау, Өзбекстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2961-6146>, e-mail: sirojiddinsayid643@gmail.com

Айтлеуова Алима Болатқызы – PhD докторант, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3211-4186>, e-mail: alimabolat@mail.ru

Аманов Амиркул Шаукатович – PhD, қауымдастырылған профессор м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9122-500X>, e-mail: Amirkulamanovshovkatovich@gmail.com

НАШИ АВТОРЫ

Байшукурова Гулнур Жолаушибаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы Казахского национального педагогического университета имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2043-109X>, e-mail: baishukurova@mail.ru

Құлажан Рахия Абылайханқызы – Военно-инженерный институт радиотехники и связи. Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0572-887X>, e-mail: kulazhanrahiya@gmail.com

Иргебаева Акерке Баяновна – кандидат филологических наук, старший преподаватель Казахского национального педагогического университета имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0691-4527>, e-mail: kaldanov70@mail.ru

Ермекбаева Гульзира Садубековна – докторант кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8080-4559>, e-mail: ariz_g@mail.ru

Есенова Калбике Омирбайқызы – доктор филологических наук, профессор. Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7402-362>, e-mail: kalbike.yesenova@bk.ru

Омарова Гульнар Еркеновна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1035-2244>, email: pomegran27@mail.ru

Абишева Сауле Джунусовна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан; ORCID 0000-0002-4497-0805, e-mail: s.abisheva@mail.ru

Адибаева Шолпан Тимуровна – кандидат филологических наук, асс. профессор кафедры казахского и русского языков, Сатпаев Университет, Алматы, Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1043-3275>, e-mail: s.adibayeva@satbayev.university

Абуова Бибижан Паркуловна – докторант кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8976-0959>, e-mail: bibizhan@mail.ru

Джалмухамбетова Ляззат Тлеукеновна – заместитель директора по научно-методической работе гимназии «Бөбек», Национальный научно-практический, образовательный и оздоровительный центр «Бөбек», Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-9267-9191> e-mail: j.lyazzat6969@mail.ru

Алексеев Павел Викторович – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск, Россия. ORCID 0000-0003-3680-1785, e-mail: pavel.alekseev.gasu@gmail.com

Бердиева Шахноза Набижоновна – Ташкентский международный университет Кимё Ташкент, Узбекистан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9820-8668>, e-mail: shat19@inbox.ru

Каскабасова Хорлан Сеитовна – старший преподаватель Казахского национального педагогического университета имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1490-8493>, e-mail: ks.kora@mail.ru

Поляк Дина Мироновна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8827-1865>, e-mail: vladimirtseva.dina@mail.ru

Ломова Елена Александровна – кандидат филологических наук, ассоциированный профессор, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4890-7715>, e-mail: elena_lomova@mail.ru

Бекен Гаухар – магистр гуманитарных наук, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-0268-9735> e-mail: new.sgb.509@gmail.com

Арзиева Евгения – доктор PhD, ассистент-профессор гуманитарной школы, Университет Нархоз, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3916-4451>, e-mail: belong_to_dreams@mail.ru.

Мустояпова Айнаш Токушевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы, Карагандинский университет им. Е.А. Букетова, г. Караганда, Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5658-9844>, e-mail: mustoyanova2017@gmail.com

Абдикеримова Гулнара Суйндиқовна – доктор PhD, старший преподаватель, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: 0009-0004-0175-7045, e-mail: Agb-06@mail.ru

Бағымбаева Фариза Тлеубердіқызы – докторант кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: 0009-0006-8617-3472, e-mail: f.baghymbayeva@abaiuniversity.edu.kz

Саидкулов Сирожиддин Бахтиёр угли – Денауский институт предпринимательства и педагогики Самаркандского государственного университета, Денау, Узбекистан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2961-6146>, e-mail: sirojiddinsayid643@gmail.com

Айтлеуова Алима Болатқызы – PhD докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3211-4186>, e-mail: alimabolat@mail.ru

Аманов Амиркул Шаукатович – и.о. доцента, PhD, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9122-500X>, e-mail: Amirkulamanovshovkatovich@gmail.com

OUR AUTHORS

Baishukurova Gulnur – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Russian Language and Literature, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2043-109X>, e-mail: baishukurova@mail.ru

Kulazhan Rakhiya – Military Engineering Institute of Radio Electronics and Communications, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0572-887X>, e-mail: kulazhanrahiya@gmail.com

Irgebayeva Akerke – Candidate of Philological Sciences, Senior lecturer at Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0691-4527>, e-mail: kaldanov70@mail.ru

Yermekbayeva Gulzira – doctoral student in Russian language and literature, Faculty of Philology, Abai Kazakh national pedagogical University, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8080-4559>, e-mail: yermekbayevagulzira2@gmail.com

Yesenova Kalbike – doctor of Philology, Professor at Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7402-362>, e-mail: kalbike.yesenova@bk.ru

Omarova Gulnar – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Russian Language and Literature, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1035-2244>, email: pomegran27@mail.ru

Abisheva Saule – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Russian Language and Literature, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID 0000-0002-4497-0805, e-mail: s.abisheva@mail.ru

Adibayeva Sholpan – candidate of Philological Sciences, associate professor of the department of Kazakh and Russian languages, Satpayev University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1043-3275>, e-mail: s.adibayeva@satbayev.university

Abuova Bibizhan – Doctoral student of the Department of Russian Language and Literature, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan, ORCID: 0000-0002-8976-0959, e-mail: bibizhan@mail.ru

Dzhalmukhambetova Lyazzat – Deputy Director for Scientific and Methodological Work, “Bobek” Gymnasium, National Scientific Practical Educational and Health Center “Bobek”, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-9267-9191> e-mail: j.lyazzat6969@mail.ru

Alekseev Pavel – Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian Language and Literature, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai, Russia. ORCID 0000-0003-3680-1785, e-mail: pavel.alekseev.gasu@gmail.com

Berdieva Shakhnoza – Tashkent Kimyo International University, Tashkent, Uzbekistan. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9820-8668>, e-mail: shat19@inbox.ru

Kaskabasova Khorlan – Senior Lecturer at Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1490-8493>, e-mail: ks.kora@mail.ru

Polyak Dina – Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer at the Department of Russian Language and Literature, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8827-1865>, e-mail: vladimirtseva.dina@mail.ru

Lomova Elena – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4890-7715>, e-mail: elena_lomova@mail.ru

Beken Gaukhar – master of Humanities, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-0268-9735>, e-mail: new.sgb.509@gmail.com

Arzieva Evgenia – PhD, Assistant Professor, School of Humanities, Narxoz University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3916-4451>, e-mail: belong_to_dreams@mail.ru

Mustoyapova Ainash – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Russian Language and Literature, E.A. Buketov Karaganda University, Karaganda, Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5658-9844>, e-mail: mustoypova2017@gmail.com

Abdikerimova Gulnara – PhD, Senior Lecturer, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: 0009-0004-0175-7045, e-mail: Agb-06@mail.ru

Baghymbayeva Fariza – doctoral student in Russian language and literature, Faculty of Philology, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID:0009-0006-8617-3472, e-mail: f.baghymbayeva@abaiuniversity.edu.kz

Saidkulov Sirojiddin – Samarkand State University Denau Institute of Entrepreneurship and Pedagog, Denau, Uzbekistan, ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2961-6146>, e-mail: sirojiddinsayid643@gmail.com

Aitleuova Alima – PhD doctoral student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3211-4186>, e-mail: alimabolat@mail.ru

Amanov Amirkul – Acting Associate Professor, PhD, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9122-500X>, e-mail: Amirkulamanovshovkatovich@gmail.com