

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЦИЗМОВ В КАЗАХСТАНСКОЙ РЕКЛАМЕ

Бейсенова Малика Канатовна

star1992@list.ru

Докторант 2 курса кафедры иностранной филологии

ЕНУ им.Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель - Г. Кенжетева

Язык – живой организм, который постоянно пополняет словарный запас словами для обозначения новых понятий. Деятельность общества всегда отражается именно в виде слов через язык. Общество все время нуждается в новых лексических единицах для обозначения современных явлений. Необходимость пополнения языка все новыми понятиями порождает необходимость использования заимствований, то есть расширения словарного запаса языка с помощью заимствований из другого языка. «Лингвистический энциклопедический словарь» определяет термин «заимствование» как «элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т. п.), перенесённый из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой» [1]. Языки очень редко живут изолированно друг от друга, они находятся в постоянном взаимодействии. Тот же русский язык включает в себя заимствования из французского, итальянского, немецкого, английского, арабского, тюркских языков.

В данный момент международным языком во всем мире является английский язык. Его статус определяет тот факт, что английский язык начал проникать в словарные запасы и в другие языки. Если раньше господствующим языком был латинский язык, то теперь это место принадлежит по праву английскому языку. Почему именно заимствования из английского языка проникают в словарные слои других языков? Дело в том, что, с развитием интернета и информационных технологий, которые непосредственно приходят из США языки начали заимствовать слова именно с английского языка. Поэтому языковые пуристы забили тревогу о том, что английский язык начинает поглощать другие языки, некоторые страны даже борются с этим на государственном уровне.

В этом исследовании акцентируется внимание на причинах использования англицизмах в казахстанской рекламе. Материалы были взяты из аккаунтов новостных порталов Tengrinews, NUR.KZ, Village.

Согласно «Современному толковому словарю русского языка» Т. Ф. Ефремовой англицизм – это «слово, выражение, заимствованные из английского языка, или оборот речи, построенный по модели, характерной для английского языка» [2].

Прагматические особенности англицизмов могут различаться. Одной из особенностей является обозначение понятия, не имеющего аналога в языке реципиенте. Вот несколько примеров:

1. 22 марта 2023 года в Алматы пройдет мероприятие в честь выхода на рынок OPPO Reno8 T Series. На нём будет присутствовать **бренд-амбассадор** OPPO Димаш Кудайберген. У каждого казахстанца есть возможность попасть на мероприятие!

2. В умном дворе RAMS EVO откроется школа, а внутри комплекса будет система All-in-One с **коворкинг**ом, фитнес-залом, кинотеатром и детской комнатой. Рядом расположится EVO-парк.

3. 22 мая фаундеры 15 **IT-стартапов** из Казахстана, Турции, Кыргызстана и Монголии приступили к пятидневной акселерации в Кремниевой долине.

4. Аталған ұйымға ақша **ғаламтор-эквайринг** арқылы және **аутентификациялаусыз** қабылданған. Бұл дегеніміз құмар ойындарға кәметке толмағандардың қатысуына да мүмкіндік берген.

5. 10-11 маусымда фестивальде кездескенше! Кіруі тегін! Фестиваль туралы ақпаратты **#LETSGOTOSPIRIT хэштегімен** әлеуметтік желілерде бақылай аласыз.

6. Zeun Qoi – Қазақстандағы көш бастап келе жатқан үздік **фаундейшн** мектептер қатарында. Мектеп оқушыларына бағыт таңдауда профориентациядан бастап, шет тілдерін оқыту мен Италия, Турция, Германия, Австрия, Чехия және АҚШ елдерінің емтихандарына дайындап және сол елдердің үздік жоғарғы оқу орындарына түсуіне кепілдік беретін бірден бір мектеп.

7. Jusan Bank жыл қорытындысын жариялады. Jusan цифрлық экожүйесі 3 миллион қазақстандыққа жинақтарын сақтауға және көбейтуге сеп болуда. Ыңғайлы қосымшадан қаржы қызметтерінен бөлек, басқасының бәрін табуға болады. Банктің 43 қалада 118 филиалы бар, бірақ бұл филиалға бару қажет дегенді білдірмейді. Барлығын да, атап айтсақ, **онлайн-банкинг**, сақтандыру, дүкен, инвестицияны @jusankz мобильді қосымшасынан таба аласыз.

Новые понятия приходят в язык-реципиент из разных сфер употребления. Англицизм «хэштег» пришел из социальных сетей, «фаундейшн» из сферы образования, «онлайн банкинг», «ғаламтор – эквайринг», «коворкинг» из экономической сферы, IT-стартапы из сферы информационных технологий. Все они необходимы в номинации новых явлений и предметов.

Очень часто в казахстанской рекламе встречаются иноязычные вкрапления – полностью иноязычные слова и словосочетания, имеющие интернациональные характер и значение; часто не меняют своего графического облика (англ. Happy end, «гуд бай») [3]. Иноязычные вкрапления в рекламе могут иметь несколько прагматических особенностей, которые делают их привлекательными для рекламных кампаний.

1. Снова о полезном для вашего бизнеса. Ну и интересно тоже Битрикс 24 Казахстан выпустил новый эпизод подкаста «Точка роста». В гостях – Игорь Манн. Ну, вы знаете, кто это. В эпизоде подкаста вы узнаете:

- как оставаться в тренде;
- как определить баланс между классическим и **digital-маркетингом**;
- смогут ли нейросети в ближайшее время заменить копирайтеров и дизайнеров.

Мои друзья Битрикс24 снова выкатили серьезный апдейт:

Профессиональная мобильная CRM, AI для создания уникальных изображений, **AI** для создания текстов – эти и другие обновления в Битрикс24 Сириус

«Это уникальная возможность, которую мы предоставляем нашим стартапам впервые. По результатам двухнедельной преакселерации команда Draper University Ventures приняла решение, кроме 15 финалистов, пригласить еще ряд проектов на **follow-up meeting**.

2. The Spirit of Tengri - самый крупный фестиваль современной этнической музыки - подводит итоги!!! Хабиб Нурмагомедов, непобежденный чемпион UFC, объявил в своем аккаунте Instagram о расширении бизнеса M-eat by Khabib и старте продаж франшиз для казахстанских инвесторов. Франчайзи получают доступ к высококачественным продуктам и уникальным рецептам M-eat by Khabib. Развитие бизнеса по модели **win-win** даст ощутимые выгоды потребителям, бизнесменам и стране.

3. Дистрибьютером выступает компания ASTER — а значит приобрести авто можно будет по системе **Trade-in**. Также центры обеспечат гарантийное и сервисное обслуживание.

4. 9 қыркүйекте Алматыда Республика сарайы алдындағы Абай алаңында Ethnotronica Almaty бірегей **dance-шоуы** өтеді. Қонақтарымыз 72 лазер сәулесі бар үш өлшемді арка, **VR-көзілдіріктер** аумағы, лазер шоуы мен фестивальдің бас серіктесі Jusan bank ұсынатын гипоаллергенді неон гримінің арқасында ғарыш әлеміне саяхат жасағандай болады. Фудкорт таң қалдыратынына сенеміз: онда **street-food**-тан бастап, молекулалық және веган асханасының тағамдарына дейін ұсынылады.

5. The Spirit of Turkistan фестивалінде еліміздің ежелгі қаласында шығыс базары қайта жаңғырады! Сахнада **ethnoworld** жанрының атақты әртістері өнер көрсетеді.

Фестиваль бағдарламасында түрлі шеберлік-сағаттары, этника стиліндегі **handmade** бұйымдар ұсынылатын қолөнершілер жәрмеңкесі, ұлттық ойындар сайысы бар, сонымен қатар, шығыстың және басқа да елдердің ұлттық тағамдарынан дәм тата аласыздар. Оған қоса, қонақтар әсерлі **fire-show-ды** тамашалайды. The Spirit of Turkistan фестивалінде шығыс әлемінің атмосферасын сезінуге шақырамыз!

5. The Spirit of Astana қайта оралды! Кіру тегін. 30 тамызда Астанадағы Ехро жазғы **open-air** алаңында:

– Жанды дауыс, Әсерлі лазер және жарық шоуы, Естен кетпес музыкалық жаңалықтар мен The Spirit of Tengri фестиваліне тән ғажап атмосфера!

Выделенные англицизмы являются иноязычными вкраплениями. Их основная прагматическая направленность в создании:

- Престиж и статус: Использование иностранных слов и фраз может создавать впечатление престижа, роскоши или мирового уровня продукции или услуги.

- Привлечение внимания: Иноязычные слова или выражения могут выделяться на фоне местного языка, привлекая внимание аудитории и делая рекламу более запоминающейся.

- Межкультурное воздействие: Использование иностранных слов может быть эффективным способом привлечения внимания международной аудитории или аудитории с разнообразными культурными фонами.

Таким образом, использование иностранных вкраплений в рекламе может быть эффективным приемом для усиления эмоционального и психологического воздействия на потенциальных потребителей и создания запоминающегося образа бренда или продукции. Другой прагматической особенностью употребления англицизмов является устранение полисемии и выделение оттенка значения, уточнение или детализация понятия: в русс. бежевый – нюд, айвори; синий – нэви; во фр. beige – nude, symbole – logo. Если заимствование объясняется этой причиной, то «существующее в языке слово» и заимствование «делят сферы своего семантического влияния», а семантическая и стилистическая дифференциация синонимических пар способствуют устранению лексических дублетов [4].

1. А чтобы помочь вам в этом, редакция The Village Казахстан вместе с **маркетплейсом** AliExpress (@aliexpresskz_official) собрала гид по летним покупкам во время сезонной «красной» распродажи, которая пройдет с 12 по 18 июня. Маркетплейс и слово "рынок" имеют схожие концепции, но маркетплейс обычно описывает более современную и технологически продвинутую форму организации рынка, особенно в онлайн-среде.

2. Мастерская Holy Cow производит кожаные изделия ручной работы с 2017 года. Ее основатель Александр Тянь рассказал, как спонтанное увлечение стало бизнесом. Предприниматель поделился **инсайтами** о том, как уникальные товары продаются онлайн. Инсайт имеет схожую концепцию со словом озарение. Однако инсайт и озарение могут быть рассмотрены как разные аспекты понимания и открытия: инсайт как более обобщенное и основанное на анализе понимание, а озарение как более внезапное и часто эмоционально окрашенное открытие.

3. Dubai Summer Surprises — летний фестиваль **шопинга**! Шопинг — это не просто покупки. Шопинг может подразумевать более широкий контекст, включающий выбор и покупку товаров, а также удовольствие и социальные аспекты этого процесса. Покупки же обычно описывают только факт совершения покупки, без упоминания других аспектов процесса.

4. TengriNews атақты әнші Димаш Құдайберген бастаған Абай күніне арналған әдеби **челленджді** қолдады. Эстафетаны @kazinform редакциясынан алып, @massaget.kz сайтына жолдаймыз. Ақын өз өлеңін оқу үшін, біз нейрожелі арқылы анимация жасап көрдік. Қазақтың атақты ақыны, жазушысы, ойшылы Абайдың өлеңдерін қалай оқи алатынын елестету үшін видеода нейрондық желілерді қолдандық. «Челлендж» обычно употребляется в контексте конкретной задачи или испытания, в то время как «вызов» может быть более широким понятием, описывающим различные ситуации, требующие усилий и преодолений.

5. Red Bull Doodle Art жобасының арқасында, студенттер өз дудлын шынайы шығармашылыққа айналдырып, Амстердамда өтетін Элемдік финалға жолдама ұтып ала алады. Ұлттық финалға қатысушылардың жұмысын бағалайтындар: Мими Ильницкая @mimi.ilnitskaya – суретші, иллюстратор, дизайнер; Рамир Хаиров @ramboyart – digital-иллюстратор, суретші, Дмитрий DMN @repas_workshop – REPAS командасының суретші-граффитшісі және TikTok-та «Хомяк» **никнеймімен** танылған қазақстандық блогер Алина Ким @hommm9k. Никнейм обычно используется для обозначения альтернативного имени или идентификатора в онлайн-среде, в то время как прозвище может быть дано в реальной жизни и связано с какими-то качествами, действиями или характеристиками человека.

6. Он объяснил, как сделать так, чтобы ценности бренда и стиль клиенты чувствовали и в доставке, без посещения **шоурума**. Шоурум отличается от магазина. Шоурум это пространство со свободной планировкой, на территории которого представлены коллекции одежды и обуви. В отличие от типичного магазина, в шоуруме большое значение придается не только продаваемым вещам, но и комфорту посетителей. К услугам покупателей здесь всегда найдется чашечка ароматного кофе, десерты и уютная расслабляющая атмосфера. Стандартный же магазин больше ориентирован на массовый поток клиентов.

Другая прагматическая необходимость в использовании англицизмов это однословная номинация, которая проявляется в «тенденция к нерасчленённости обозначаемого понятия с нерасчленённостью обозначающего» или «симметризации отношений между означаемым и означающим» [5]. Отсутствие в принимающем языке «однословных наименований для социально релевантных объектов и явлений при наличии таких наименований в языке-источнике» стимулирует к заимствованию иноязычных слов [6]. К примеру слово рестайлинг заменяет здесь дефиницию «изменение стиля, атрибутов бренда». «Naval М6 создан на той же платформе что и Naval Н6, а потому унаследовал отличный пакет по активной безопасности и отличные же показатели — по пассивной. В прошлом году Naval М6 прошел процедуру **рестайлинга**, так что казахстанцы познакомятся сразу с обновленной версией». Или вместо «полезный совет» сейчас активно используют англицизм «лайфхак». “Жанып бара жатқан” турлар жайлы бірінші болып білгіңіз келеді ме? Қазақстандағы алғашқы тиімді тур іздеу бойынша қосымшаны шығарған компания өзінің пайдалы **лайфхактарымен** бөлісетін телеграм-арнасын ашты.

Следующей прагматической особенностью является использование заимствования для увеличения «эстетической выразительности» речи [7], которое сегодня воспринимается как «повышение в ранге» описываемых объектов внеязыковой действительности.

1. До 30 июня любой желающий может создать свежий трек с помощью искусственного интеллекта и получить шанс выиграть крутые призы. Кампания разработана совместно с рекламным агентством Rabbit&Carrot. Проект создали в **коллаборации** с молодой казахской исполнительницей Yenlik.

2. OMODA C5 имеет современный «**диджитал**» дизайн — кузов фастбэк, «парящую» крышу, необычные Т-образные дневные ходовые огни. Внутри — спортивные сиденья, отделанные экокожей, интеллектуальный климат-контроль, большой дисплей, беспроводная зарядка для телефона и многое другое.

3. Моти, инари, аниме, суши, гейша, сакура... Осы саяхатты ұзақ күттік, жоспарладық Бұйырса 8 адамды жинап, қарашаның 7-14 аралығында Жапонияға 7 күндік **#трип** ұйымдастырудамыз.

4. 4 жылдан бері @sultankyzy_slim парақшасында марафон, челлендж, курс жиі өткіземін. Осы уақыт аралығында Қазақстан бойынша 3000-ға жуық келіншек қатысып, қазір өзіміз бір **#комьюнитиге** айналдық. Осы уақытқа дейін біраз контент түсірілді, монтаждалды, жүктелді. Басқа желілерге қарағанда ізденісті талап ететін #площадка.

Так, социальный престиж иноязычных слов в сравнении с исконными лексическими единицами или более ранними заимствованиями способствует увеличению престижа соответствующего референта: сотрудничество → коллаборация, цифровой → диджитал, поездка → трип, сообщество → комьюнити. Употребление заимствований, в частности

англицизмов, для номинации новых объектов нередко используется в маркетинге, поскольку иностранное слово способно «вызывать положительные коннотации» и создавать «ауру мировой известности».

Таким образом, использование англицизмов в рекламе может рассматриваться как стремление улучшить престиж рассматриваемого объекта или явления, это особенно важно, когда речь идет о маркетинге данного продукта. Англицизмы могут придать рекламе современный и стильный облик, что может быть привлекательным для целевой аудитории. Некоторые англицизмы короче или звучат более ярко, что делает их удобным средством для сжатого и запоминающегося формулирования рекламных слоганов или текстов. Если продукт или услуга ассоциируется с молодежной культурой или статусными символами, использование англицизмов может быть эффективным способом привлечь такую аудиторию.

Список использованных источников

1. Лингвистический энциклопедический словарь / Н. Д. Арутюнова, В. А. Виноградов, В. Г. Гак и др.; гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 682 с.
2. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: в 3 т. / Т. Ф. Ефремова. – М.: АСТ, 2005. – Т. 1: А-Л. – 1168 с.
3. Виноградов, В.В. Основные этапы истории русского языка // История русского литературного языка. – М.: Наука, 1978. – С. 11–64.
4. Крысин, Л.П. Русское слово, своё и чужое. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 888 с.
5. Москвичёва, С.А. Формальная дифференциация лексико-семантических вариантов слова в русском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Москвичёва Светлана Алексеевна. – Москва, 2001. – 240 с.
6. Горбов, А.А. О некоторых проблемах интерпретации иноязычного материала при описании новых заимствований в русском языке // Вопросы языкознания. – 2011. – № 6. – С. 29–40.
7. Виноградов, В.В. Об основном словарном фонде и его словообразующей роли в истории языка // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1977. – С. 47–68.

УДК 1751

ҚАЗАҚ ЖӘНЕ ТҮРІК ТІЛДЕРІНДЕГІ «АҚ, ҚАРА» ТҮС АТАУЛАРЫНЫҢ СИМВОЛИКАСЫ

Бисембаева Диана Қуантайқызы

dianabisembaeva004@gmail.com

Илияс Жансүгіров атындағы Жетісу университетінің 3-курс студенті,

Талдықорған, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Г.А. Тлегенова

Кіріспе

Зерттеу жұмысының өзектілігі. Түс символикасы-ерекше жаратылыс, өзекті тақырып, құпияға толы сырлы әлем. Мына біз өмір сүріп жатқан әлемде түр-түстің алар орны ерекше. Себебі, біздің табиғатымыз, күнделікті өмір сүру әдебіміз түстермен тығыз байланысты болып келеді. Түс - адамзаттың сана сезіміне, іс-әрекетіне, мінез-құлқына және ойлау қабілетіне тікелей әсер ететін бірден-бір құбылыс болғандықтан, адам өмірінде айрықша маңызды рөлді иемденеді. Жер жүзін түр-түссіз, бояусыз елестету де мүмкін емес. Жалпы алғанда, табиғат, оның ішінде, арайлап атқан таң, алаурап батқан күн, толқынды теңіздер, биік-биік таулар, айдын-шалқар көлдер мен жасыл ормандар, көктегі әсем бұлттар мен күн сәулесі, жаңбырдан кейінгі кемпірқосақ, жан-жануар, өсімдіктер, гүлдер, бәрі-бәрі өзінің сан-алуандығымен,