

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ**

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың  
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»  
XVIII Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XVIII Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**PROCEEDINGS  
of the XVIII International Scientific Conference  
for students and young scholars  
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**2023  
Астана**

**УДК 001+37**  
**ББК 72+74**  
**G99**

**«GYLYM JÁNE BILIM – 2023» студенттер мен жас ғалымдардың XVIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XVIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2023» = The XVIII International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2023». – Астана: – 6865 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.**

**ISBN 978-601-337-871-8**

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+37**  
**ББК 72+74**

**ISBN 978-601-337-871-8**

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия  
ұлттық университеті, 2023**

1. *Кең таралған тілдер*: идо, интерлингва, эсперанто. Ұлттық тілдер сияқты тілдер "әлеуметтендірілген" деп аталады, жасанды тілдер арасында олар термин бойынша біріктіріледі жоспарлы тілдер.

2. *Логлан, ложбан, словио* және басқалары сияқты кейбір қолдаушылары бар жасанды тіл жобалары.

3. *Жалғыз ана тілі бар тілдер* – тілдің авторы (дәл осы себепті оларды тілдер емес, "лингвистикалық жобалар" деп атайды).

Конлангистер әртүрлі классификацияларды біріктіруге тырысты: априори-постериори, табиғи тілдер типологиясына ұқсас мақсатты типология. Бірінші кезеңде барлық конлангтарға априори-постериори шкаласы бойынша индекс тағайындалады.

Содан кейін мақсатына қарай 4 сыныпқа бөлінеді:

1. А - ойдан шығарылған (ойдан шығарылған) тілдер (Оруэллдің "1984" романындағы ньюспиктен және Толкиеннің тілдерінен жеке жобаларға дейін);

2. В - "тәртіптік" немесе жаргондардан шыққан. Мысалы, хакерлердің тілі немесе гипотезалар мен логикалық операцияларды тексеру үшін қолданылады (логлан, ро, оз);

3. С - халықаралық, аймақтық, ұлттық контексте байланыс үшін, ұйымдар ішіндегі байланыс үшін (мысалы, әскери кодтар), топтарда байланыс үшін қолданылады;

4. Z - басқалары (алғашқы үш сыныпқа кірмейтін бағдарламалау тілдері және басқалары)

Қорыта келе, жоғарыда айтылғандардың бәрінен бүгінгі күні жасанды тілдерді біртұтас терминологиямен жіктеуге бірыңғай көзқарас жоқ деген қорытынды жасауға болады, өйткені жасанды тілдердің саны үнемі артып келеді, сонымен қатар кейбір атауларды бір тілден екінші тілге дәл аударуда проблемалар бар. Алайда, жоғарыда аталған жасанды тілдер классификацияларының көпшілігі конлангтарды априори және постериори деп бөлуге негізделген, бұл жоғарыда аталған және мүмкін басқа классификацияларды біріктіреді. Белгілі бір зерттеу үшін ең қарапайым, кең таралған және ең қолайлы - О. Н. Шувалова ұсынған типология, мұнда жасанды тілдер екі негізгі топқа бөлінеді: көмекші және ойдан шығарылған.

### Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Harrison R. Langlab // Travelphrases [Электрондық ресурс]. 1996. URL: <http://www.travelphrases.info/languages/conlangs.htm> (жарияланған күні: 07.02.2016).
2. Шувалова О.Н. Ойдан шығарылған тілдер "аңғалдық" және ғылыми лингвистика пәні ретінде "Сөз" білім беру порталы [Электрондық ресурс]. 2013. URL: <http://www.portal-slovo.ru/philology/47340.php> (жарияланған күні: 07.02.2016).
3. Adelman M. Constructed Languages and Copyright: A Brief History and Proposal for Divorce // Harvard Journal of Law & Technology. Cambridge. 2014. Vol. 27 (2). P. 544 – 562.
4. Кузнецов С. Н. халықаралық жасанды тілдердің типологиялық жіктелуі туралы мәселеге // Эсперанто әлемі [Электрондық ресурс]. 1976. URL: <http://miresperanto.com/esperantologio/tipologija.htm> (жарияланған күні: 07.02.2016).
5. Easton D. Dean's Conlang Page // Geocities [Электрондық ресурс]. 1997. URL: <http://www.geocities.com/Athens/Acropolis/9219/index.html> (жарияланған күні: 07.02.2016).

УДК 81-119

**Стратегии вежливости в речевой коммуникации в американском медиа-пространстве**

**Жоламанова Гульдана Жангырхановна**

[Zholamanova\\_2002@mail.ru](mailto:Zholamanova_2002@mail.ru)

Речевая коммуникация — это процесс обмена информацией между людьми, который осуществляется через устную речь или письменное сообщение. Она включает в себя передачу сообщений от отправителя к получателю, а также взаимодействие между ними. Речевая коммуникация включает в себя не только слова, но и невербальные элементы, такие как мимика, жесты, интонация и т.д. Эти элементы могут использоваться для передачи дополнительной информации и эмоций.

Речевая коммуникация имеет различные формы, включая монологическую (одностороннюю) коммуникацию, диалогическую (двустороннюю) коммуникацию и многоканальную коммуникацию, которая включает в себя использование нескольких способов передачи информации, таких как устная и письменная речь, графические элементы и т.д. Кроме того, в речевой коммуникации очень важными являются элементы, такие как язык, культура, социальный статус и контекст, которые могут влиять на эффективность и понимание коммуникации.

Вежливость в речевой коммуникации — это умение общаться с другими людьми, используя такой язык, который не причинит им никакого вреда или неприятностей. Это важный аспект межличностного взаимодействия, который позволяет нам строить отношения с другими людьми на основе взаимного уважения и доверия. Люди склонны больше доверять и сотрудничать с теми, кто обращается к ним вежливо и уважительно. Поэтому, вежливость может быть ключевым фактором в достижении успеха в различных сферах жизни, таких как бизнес, образование, социальная жизнь и т.д.

Д.М. Гудков рассматривает вежливость как отражение национальных особенностей поведения, соответственно, межкультурные изменения в системах вежливости могут отражать глубокие различия между культурами». [1, 288 стр.].

По словам М.Мейерхофф: «Politeness is related to the personal styles we adopt when talking to other people. Politeness is about choices, and those choices have social meaning. They express things about what is expected of us (what's conventionally polite in a given situation) and they express things about what we want to achieve (what is our relationship with an interlocutor, how do we want that to develop)». То есть вежливость – это выбор, имеющий социальную значимость. Вежливость связана с системой стратегий, которые мы используем по отношению к другим людям. Выбор того, как говорящие представляют себя другим и как они обсуждают свой социальный статус по отношению к собеседникам. Развивая эти две работы, мы видим, что концепция вежливости тесно связана с социолингвистикой. Возрастающий интерес к категории вежливости отражает ее важность в общечеловеческих отношениях и межкультурных отношениях. [2, 381 стр.]

П. Браун и С. Левинсона "Теория вежливости" основана на понятии «лицо». Впервые это понятие было введено Э. Гоффман представил в своей работе «Interaction Rituals: Essays on Face-to-Face Behavior». Автор дает следующее определение понятия «face»: «термин "face" можно определить как социальную ценность, которая воспринимается индивидом и может восприниматься людьми, связанными с ним. По словам Э.Гоффмана "face" есть положительный образ самого себя. [3, с.104]. «Концепция лица является центральным элементом вежливости во многих культурах» [3, 105.].

В теории, предложенной П. Брауном и С. Левинсоном, концепт «face» показан как публичный образ взрослого человека, пытающегося защитить себя. В своей книге 1987 года Браун и Левинсон делят понятие «face» на два типа: позитивная вежливость и негативная вежливость.

Ссылаясь к С. Левинсону, негативная вежливость является основным требованием права человека на личное пространство и независимость. Позитивная вежливость – это стремление каждого члена общества получить одобрение своих поступков от окружающих

его людей [4, с.360]. Ссылаясь к С.Левинсону, негативная вежливость является основным требованием права человека на личное пространство и независимость.

На сегодняшний день, интернет является отражением нашей общественности, поэтому необходимо соблюдать правила этикета и проявлять уважительное отношение к другим пользователям. Вежливость в социальных сетях так же важна, как и вежливость в реальной жизни. В социальных сетях важно использовать позитивные стратегии вежливости для того, чтобы поддерживать конструктивный и дружелюбный диалог. Вежливость в американском тексте проявляется в использовании формул вежливости и уважения к адресату сообщения. Ниже представлены некоторые примеры:

1. Использование слов "please" (пожалуйста) и "thank you" (спасибо) для выражения вежливости в запросах и просьбах.

2. Обращение к адресату сообщения по имени или фамилии с использованием титула, например, "Dear Mr. Smith" (уважаемый г-н Смит).

3. Использование формальных обращений в бизнес-корреспонденции, таких как "Dear Sir/Madam" (уважаемый господин/госпожа), "To Whom It May Concern" (кому это может быть интересно).

4. Использование формальных выражений для выражения благодарности, таких как "Thank you for your time and attention" (спасибо за ваше время и внимание).

5. Избегание использования оскорбительных или грубых слов и выражений, которые могут нанести кому-то вред или оскорбить его чувства.

6. Использование "я-сообщений" вместо "вы-сообщений" для выражения своих мыслей и чувств, например, "Я чувствую, что это неправильно" вместо "Вы неправильно поступаете".

7. Использование просьбы о дополнительной информации, если вам необходимо более подробно разъяснить свою позицию или запросить уточнения.

8. Проверка грамматики и правописания, чтобы избежать ошибок, которые могут негативно повлиять на восприятие вашего сообщения.

9. Соблюдение этих принципов поможет вам проявить вежливость и уважение к адресату в американском тексте и создать положительное впечатление о себе.

Однако некоторые люди могут использовать негативные стратегии вежливости, которые могут нанести вред как им самим, так и окружающим. Ниже приведены некоторые примеры негативных стратегий вежливости в социальных сетях:

1. Использование неуместной или грубой лексики. Это может оскорбить других пользователей и создать конфликтную атмосферу.

2. Негативный тон и насмешки. Это может вызвать недовольство у других пользователей и создать негативное впечатление о вас.

3. Использование слишком много эмодзи. Хотя эмодзи могут быть полезны для передачи эмоций, слишком много из них может быть отвлекающим и неуместным.

4. Использование слишком длинных сообщений. Слишком много текста может быть скучным и неинтересным для других пользователей.

5. Игнорирование других пользователей или их комментариев. Это может создать впечатление невежливости и неуважения.

6. Использование слишком много сокращений и аббревиатур. Это может создать путаницу и привести к тому, что сообщение будет не понятным.

7. Неудачное использование юмора. Хотя юмор может быть полезным для создания позитивного настроения, неуместные шутки могут вызвать негативную реакцию у других пользователей.

В целом, использование негативных стратегий вежливости в социальных сетях может привести к конфликтам, неприятностям и негативным взаимодействиям между пользователями. Лучше всего следить за своим поведением и избегать использования таких стратегий, которые могут навредить другим и создать негативное впечатление о вас.

Джейми Гелбтуч, основатель нью-йоркской компании Cultural Mixology, объяснил эти культурные различия между США и Великобританией: «Культура США ценит откровенность и честность в общении. Однако есть одна загвоздка. Американцы очень прямолинейны, когда обстоятельства благоприятны. Тем не менее, они склонны к слегка косвенному стилю при предоставлении отрицательной обратной связи. В результате американцы чаще всего дают отрицательный отзыв в форме «бутерброда». Например, сначала говорят что-то положительное (хлеб). Потом вставляют критику (мясо). Наконец, они заканчиваются на положительной ноте (хлеб). Быть честным и прямым таким образом высоко ценится, считается конструктивным и подчеркивает практичность и оптимизм, две важные культурные ценности.

Британцы, с другой стороны, овладели искусством смягченного, тонкого и сдержанного общения. Слово «скорее» может быть использовано для уменьшения эффекта отрицательного утверждения. Например, «Конференция была довольно неорганизованной», вероятно, означает, что она была хаотичной. Точно так же «довольно» часто используется, когда вы не хотите говорить что-то негативное. Таким образом, «Еда была довольно хорошей» может означать, что она могла бы быть намного лучше! Не обязательно принимать заявление за чистую монету».

Таким образом, вежливость и уважение помогают сформировать культуру вежливости в обществе и создать гармоничную атмосферу в коммуникации между людьми в США.

#### **Список использованных источников**

1. Гудков Д.М. Теория и практика межкультурной коммуникации. – Москва: Наука, 2003. – 288 с.
2. Meyerhoff M. Introducing sociolinguistics. – Taylor & Francis Group, 2018. – 381 с.
3. Goffman E. Interaction ritual: Essays on face-to-face behaviour – New York.: Anchor Books, 1967. – 104 с.
4. Brown P. Levinson S. Politeness: some universals in language usage. – Cambridge university Press, 1987. – 360 с.

УДК 811.11-112

### **АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ ФРАЗЕОЛОГИИ ЯЗЫКА**

**Кушубаева Сауле Нагашибаевна**

[kushubayeva02@mail.ru](mailto:kushubayeva02@mail.ru)

Бакалавр 4 курса специальности «Иностранная филология»

Кафедра «Иностранная филология», ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – К. Дуйсекова

Языковая картина мира находит выражение в фразеологической системе языка. Фразеологические единицы отражают представления человека о себе, своем окружении, социальных отношениях и т.д. Они позволяют узнать некоторые особенности культуры и национального характера людей, которые говорят на определенном языке. Так, например, фразеологические единицы, связанные с человеком, могут выражать положительные или отрицательные качества, характеристики, свойства и т.д. Некоторые из них могут быть универсальными и встречаться в разных языках, но с разной частотностью и вариативностью, а некоторые могут быть свойственны только определенной языковой культуре. Академик В.В. Виноградов, чьи работы положили начало типологии фразеологических единиц, писал: «Фразеология исследует наиболее живой, подвижный и разнообразный отряд языковых явлений» [1, с. 47].

Современный антропоцентрический подход в лингвистических исследованиях исторически обусловлен, он отображен еще в исследованиях В. Фон Гумбольта, Э.