

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Филологиялық серия
1997 жылдан бастап шығады



ВЕСТНИК ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА

Филологическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-3528

№ 2 (2026)

Павлодар

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ТОРАЙГЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА**

Филологическая серия

выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

О постановке на переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания

№ KZ30VPY00029268

выдано

Министерством информации и общественного развития
Республики Казахстан

Тематическая направленность

публикация материалов в области филологии

Подписной индекс – 76132

<https://doi.org/10.48081/BGQF1973>

Бас редакторы – главный редактор

Жусупов Н. К.

д.ф.н., профессор

Заместитель главного редактора

Анесова А. Ж., *доктор PhD*

Ответственный секретарь

Уайханова М. А., *доктор PhD*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Дементьев В. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Еспенбетов А. С., *д.ф.н., профессор*

Трушев А. К., *д.ф.н., профессор*

Маслова В. А., *д.ф.н., профессор (Белоруссия)*

Пименова М. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Баратова М. Н., *д.ф.н., профессор*

Аймухамбет Ж. А., *д.ф.н., профессор*

Шапауов Ә. Қ., *к.ф.н., профессор*

Искакова З. С., *технический редактор*

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

<https://doi.org/10.48081/BGQF1999>***Д. Е. Мырзаханова¹, Ж. Т. Таубаев²**^{1,2}Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,

Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

¹ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3040-095X>²ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-8650-2904>*e-mail: dinara_myrzakhanova@mail.ru

ҚАЗАҚ МЕДИАКЕҢІСТІГІНДЕГІ ЭПОНИМДЕРДІҢ ЛИНГВОМӘДЕНИ ЖӘНЕ ПРАГМАТИКАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІ

Мақалада қазақ тілді медиамәтіндерде жәуі кездесетін эпонимдердің лингвомәдени және прагматикалық ерекшеліктері кешенді түрде қарастырылады. Эпонимдер – тарихи тұлғаларға, мәдени құндылықтар мен маңызды оқиғаларға негізделген, семантикалық әрі символдық мәнге ие тілдік бірліктер. Олар тарихи жадты сақтау, ұлттық мәдениетті дәріптеу, ұлт болмысын жаңғырту және мәдени кодты қалыптастыруда ерекше қызмет атқарады. Зерттеудің мақсаты – қазақ медиадискурсында эпонимдердің ұлттық сана мен мәдени кодты қалыптастырудағы ролін, олардың прагматикалық әлеуетін айқындау. Материал ретінде 2020–2024 жылдары жарық көрген 100 медиамәтін мен 50-ден астам эпонимдік атау іріктеліп, контент-талдау, дискурстық салыстырмалы-тарихи және лингвомәдениеттанымдық әдістер арқылы талданды. Нәтижесінде эпонимдердің ақпаратты ықшам жеткізуде, ұлттық болмысты сақтауда, мәдени құндылықтарды дәріптеуде және қоғамдық пікір қалыптастыруда маңызды прагматикалық рөл атқаратыны анықталды. Сонымен қатар, зерттеу нәтижелері эпонимдердің медиа тіл арқылы ұлттық дүниетаным мен тарихи жадыны жаңғыртуға мүмкіндік беретінін дәлелдеді. Алынған тұжырымдар медиалингвистика мен лингвомәдениеттану салаларындағы зерттеулерге әдістемелік негіз бола алады және қазақ тіліндегі мәдени кодты сақтау мен жаңғыртуға бағытталған практикалық ұсыныстар жасауға мүмкіндік береді. Зерттеу нәтижелері сонымен қатар ұлттық БАҚ-та тілдік репрезентация мен символдық кодты зерттеудің жаңа бағытын айқындап, мәдени коммуникацияны зерделудің ғылыми базасын кеңейтеді.

Кілтті сөздер: эпоним, медиамәтін, лингвомәдениет, ұлттық код, прагматика.

Кіріспе

Тілді қоғамның тарихи-мәдени бейнесін танудың басты тетігі ретінде қарастыру – қазіргі лингвистикадағы өзекті бағыттардың бірі. Әсіресе тіл мен мәдениет арасындағы өзара ықпалдастықты, тарихи жады мен ұлттық идеологияның тілдік репрезентациясын талдау ерекше мәнге ие [1, 191–201-бб.]. Осы тұрғыдан алғанда, эпонимдер – мәдени-тілдік репрезентацияның айқын көріністерінің бірі. Эпоним деп белгілі тарихи тұлғалар, мәдени-әлеуметтік құбылыстар немесе географиялық нысандар негізінде қалыптасқан, ұжымдық сана үшін семиотикалық мәнге ие атауларды айтамыз [2, 63–82-бб.]; [3, 253–315-бб.]. Мұндай бірліктер тек номинативтік қызмет атқарумен шектелмей, мәдени кодтың символдық көрсеткіші ретінде тарихи жадты бейнелейді [4, 83–102-бб.] және адресатқа құндылықтық бағдар береді [5, 341–371-бб.].

Эпонимдердің семантикалық табиғаты күрделі: олардың мағынасы тек тура мағынамен шектелмей, тарихи, әлеуметтік және идеологиялық мазмұнды қамтиды [6, 185–201-бб.]. Лексикалық деңгейде олар прагматикалық импликатура мен пресуппозициялық фон қалыптастырады, бұл адресаттың тарихи-мәдени білімін автоматты түрде белсендіреді [7, 439–476-бб.]. Мысалы, «Абай күні», «Шоқан клубы», «Әл-Фараби орталығы», «Сәтпаев университеті» сияқты атаулар тек есімді ғана білдірмейді, сонымен қатар олардың идеялық-мәдени мұрасын жаңғыртады [8, 37–40-бб.]; [9, 81–91-бб.].

Прагмалингвистикалық тұрғыда атау беру (naming) – сөйлеу актісінде адресатқа бағытталған мәдени және құндылықтық сигналдың бір түрі [10, 75–76-бб.]; [11, 29-б.]. Бұл сигналдар медиакеңістікте ерекше маңызға ие, себебі эпонимдер ұлттық бірегейлікті қалыптастыруға, тарихи жадты сақтауға және оны жаңғыртуға ықпал етеді [12, 16-б.]; [13, 43–58-бб.].

Соңғы жылдары жүргізілген зерттеулер эпонимдердің медиамәтіндердегі жиілігі мен функцияларын ғана емес, олардың когнитивтік және мәдени сценарийлердегі орнын да қарастыруда [14, 79-б.]; [15, 30-б.]. Бұл бағыт медиалингвистика, прагмалингвистика, когнитивтік лингвистика және лингвомәдениеттану салаларының түйіскен нүктесінде дамып келеді.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы:

– Қазақ тіліндегі медиамаәтіндердегі эпонимдердің лингвомәдени және прагматикалық қырлары алғаш рет сандық (SPSS арқылы) және сапалық талдау әдістерін үйлестіру арқылы кешенді зерттелді;

– Эпонимдер тұлғалық, ұйымдық және мерекелік топтарға жіктеліп, олардың медиакеңістіктегі қолдану үлгісі мен салалық ерекшеліктері статистикалық негізде анықталды;

– Эпонимдердің мәдени кодты жеткізу, ұлттық сана қалыптастыру және идеологиялық ықпал ету функциялары прагматикалық тұрғыдан айқындалды.

Зерттеудің мақсаты – қазақ тіліндегі эпонимдердің медиамәтіндердегі лингвомәдени және прагматикалық ерекшеліктерін кешенді түрде талдау.

Міндеттері:

– Эпонимдердің семантикалық құрылымы мен дискурстық қызметін анықтау;

– Қазіргі медиатілдегі эпонимдердің қолданылу жиілігі мен прагматикалық функциясын сипаттау;

– Эпонимдердің ұлттық мәдениеттегі орны мен тарихи жадпен сабақтастығын ашып көрсету;

– Медиакөністіктегі эпонимдердің идеологиялық рөлін айқындау.

Зерттеу барысында контент-талдау, дискурстық талдау, салыстырмалы-тарихи әдіс және лингвомәдениеттанымдық тәсілдер қолданылды [16, 115-6.]; [17, 22-6.].

Материалдар мен әдістер

Зерттеу қазақ тілді медиакөністікте жиі қолданылатын эпонимдердің лингвомәдени және прагматикалық ерекшеліктерін кешенді талдауға бағытталды. Эпонимдер – тарихи тұлғаларға, мәдени-әлеуметтік құбылыстарға немесе ұлттық маңызы бар географиялық атауларға негізделген, ұжымдық жады мен мәдени кодтың маңызды репрезентанттары.

Материалдар ретінде 2020–2024 жылдары жарияланған 100-ге жуық медиамәтін және 50-ден астам эпоним таңдалды. Дереккөздерге egemen.kz, informburo.kz, baq.kz, tengrinews.kz сияқты ақпараттық порталдар, «Ана тілі», «Егемен Қазақстан», «Айқын» газеттері, әлеуметтік желілер мен телерадио хабарлар кірді. Іріктеу критерийлері – қолданылу жиілігі (кемінде 2 рет), қоғамдық өзектілік, ұлттық-символдық мағынасы және салалық әртүрлілігі.

Әдістер: **контент-талдау** эпонимдердің жиілігін, жанрлық және тақырыптық контекстін айқындады. **Дискурстық талдау** олардың семантикалық, бағалауыш және идеологиялық қызметін анықтады. **Салыстырмалы-тарихи әдіс** бір эпонимнің түрлі медиаресурстардағы мағыналық реңктерін салыстырды. **Лингвомәдениеттанымдық тәсіл** эпонимдердің мәдениеттегі символдық рөлі мен ұлттық бірегейлікті танытудағы орнын көрсетті.

Әдіснамалық жаңашылдық – сапалық және сандық деректерді қатар талдау үшін *SPSS Statistics* бағдарламасын қолдану. Жиілік талдауы, кросс-кестелер және χ^2 тесті ($p < 0,05$) эпонимдердің қолданылу жиілігі мен тақырыптық бағыттары арасындағы байланыстарды көрсетті. Прагматикалық

маркерлер бағалауыштық, мотивациялық, идеологиялық және символдық қызметтері бойынша жіктелді.

Бұл әдістер медиамәтіндегі эпонимдердің жиілік, құрылым және қызмет тұрғысынан жан-жақты сипатталуына мүмкіндік берді. Дегенмен, контент-талдау интерпретациясында субъективтілік болуы мүмкін. Сондай-ақ, статистикалық әдістер эпонимдердің терең семиотикалық мәнін толық ашпайды. Болашақта дискурстық талдау, сауалнама және фокус-топ сияқты қосымша сапалық тәсілдерді қолдану ұсынылады.

Нәтижелер және талқылау

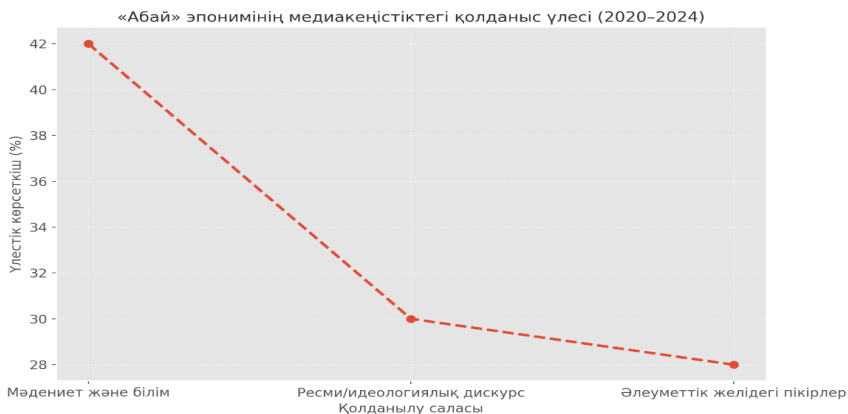
Зерттеу барысында қазақ тілді медиакөңістікте 2020–2024 жылдар аралығында жиі қолданылатын 53 эпонимдік атау анықталды. Бұл атаулар тарихи тұлғалармен (Абай, Шоқан, Жамбыл), ғылым мен білім беру мекемелерімен (Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, Сәтбаев, Назарбаев университеті), сондай-ақ ұлттық мерекелер мен қоғамдық бастамалармен байланысты («Абай күні», «Жамбыл жылы»).

Зерттеуде контент-талдау әдісі арқылы әрбір эпонимнің медиамәтіндегі қолданыс жиілігі мен контексті анықталды. Дескриптивтік статистика негізінде алынған мәліметтерге сүйене отырып, эпонимдердің нақты қолданыс құрылымы мен үлесі көрсетілді.

1-кесте – Эпонимдердің қолданылу жиілігі (2020–2024 жж.)

Эпоним	Жалпы	Мәдениет/Білім	Ресми мәтін,	Әлеуметтік желі
Абай	374	42,0%	30,0%	28,0%
Шоқан	198	38,5%	35,4%	26,1%
Жамбыл	157	45,2%	31,2%	23,6%

Дерек SPSS бағдарламасы арқылы өңделді. Кесте 1-де Абай эпонимі мәдениет және білім саласында жиі қолданылса (42,0 %), ресми-идеологиялық дискурстағы үлесі 30,0 %, ал әлеуметтік желідегі қоғамдық пікірлерде 28,0 % құраған. Шоқан мен Жамбыл эпонимдері де ұқсас құрылыммен сипатталады, бірақ оларда мәдени қолданыстың үлесі сәл жоғары (мысалы, Жамбыл – 45,2 %).



1-сурет—«Абай» эпонимінің медиакеңістіктегі қолданылу үлесі

1-сурет *Python* платформасында құрастырылып, медиамәтіндегі эпонимдердің үлестік таралуы көрнекі түрде көрсетілді. Суретте медиакеңістіктегі қолдану үлесі динамикалық түрде ұсынылған: сызықтың ең биік нүктесі — мәдениет және білім саласы, ал ең төмені – әлеуметтік желідегі пікірлер. Бұл эпонимнің ресми емес ортада да қолданыста екендігін дәлелдейді, бірақ ресми салада да маңызы жоғары екенін көрсетеді. Мұндай пропорционалдық құрылым эпонимдердің тек тілдік емес, қоғамдық-функционалдық мәнге ие екенін білдіреді

Семантикалық-салалық жіктеу.Зерттеу барысында контент-талдау әдісі негізінде қазақ тілді медиамәтіндерде жиі кездесетін эпонимдер семантикалық және салалық белгілері бойынша үш негізгі топқа бөлінді. Бұл топтастыру эпонимдердің мағыналық жүктемесін, қолдану контекстін және прагматикалық қызметін ескере отырып жасалды.

Тұлғалық эпонимдер.Бұл топқа тарихи, әдеби және ғылыми қайраткерлердің есімімен аталған атаулар жатады. Олар мәдениет, білім, ғылым, әдебиет салаларында ерекше орын алған тұлғалардың есімін иеленеді. Мысалы: Алтынсарин клубы, Шоқан орталығы, Сәкен ескерткіші. Мазмұндық сипаты: рухани құндылық, ұлт жадысы, даналық символы. Ұйымдық эпонимдер.Бұл топқа белгілі тұлғалар есімімен аталған оқу, ғылыми немесе мәдени ұйымдар кіреді. Мысалы: Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, Сәтбаев университеті, Мұхтар Әуезов театры. Мазмұндық сипаты: құрылымдық бедел, академиялық мұрагерлік, ресми мәртебе. Мерекелік эпонимдер.Бұл топқа белгілі тұлғаларға арналған күндер, жылдар, мерекелік іс-шаралар атаулары кіреді. Мысалы: Абай күні, Жамбыл жылы. Мазмұндық сипаты: тарихи естелік, идеологиялық ұлықтау, ұлттық құндылықты таныту.

2-кесте – Сипаттамалық статистика

Эпоним түрі	Элемент саны (n)	Орташа қолдану жиілігі	Медиана	Стандартты ауытқу
Тұлғалық эпонимдер	20	243	240	22.3
Ұйымдық эпонимдер	15	112	110	18.5
Мерекелік эпонимдер	18	98	96	15.2

Ескерту: Кестеде ұсынылған деректер SPSS бағдарламасының *Frequencies* (Жиіліктер) опциясы арқылы алынған. Әр эпоним түрінің медиакеңістіктегі қолданыс ерекшеліктері орташа мән, медиана және стандартты ауытқу көрсеткіштері арқылы сипатталады. Нәтижелерге сүйенсек, тұлғалық эпонимдер ең жиі қолданылатын және семиотикалық жүктемесі жоғары эпонимдер қатарына жатады. Ал ұйымдық және мерекелік эпонимдер біршама шектеулі контексте қолданылғанымен, ресми және мәдени дискурстарда маңызды орын алады. Стандартты ауытқулардың салыстырмалы түрде төмен болуы эпонимдердің қолданыс жиілігінің тұрақтылығын көрсетеді. Бұл көрсеткіштер эпонимдердің медиадискурстағы прагматикалық салмағын бағалауға мүмкіндік береді.

3-кесте – Медиакеңістігі қолдану саласы арасындағы кросс-талдау

Эпоним түрі	Мәдениет және білім	Ресми мәтін	Әлеуметтік желі	Жалпы
Тұлғалық	300	200	150	650
Ұйымдық	120	180	100	400
Мерекелік	90	80	60	230
Жалпы	510	460	310	1280

Ескерту: Chi-Square тесті нәтижесінде: $\chi^2(4) = 13.24$, $p = 0.016$ Кесте 3 SPSS бағдарламасының *Crosstabs* модулі арқылы алынған және эпонимдердің түрі мен олардың медиакеңістікте қолданылу саласы арасындағы ықтимал тәуелділікті айқындайды. Қолданылған Pearson χ^2 (хи-квадрат) тестінің нәтижесі ($\chi^2 = 13.24$, $df = 4$, $p = 0.016$) зерттеліп отырған айнымалылар арасында статистикалық тұрғыдан маңыздылық бар екенін дәлелдейді, себебі p -мәні 0.05 шегінен төмен.

Мәліметтер бойынша, тұлғалық эпонимдер мәдени-ағартушылық контексте басымырақ қолданылса (300 жағдай), ұйымдық эпонимдер ресми дискурста жиі көрініс тапқан (180 жағдай). Мерекелік эпонимдер, керісінше, барлық салада салыстырмалы түрде біркелкі таралғанымен, жалпы жиілігі

төменірек. Бұл эпоним түрлерінің медиадағы семиотикалық қызметі мен прагматикалық бағыттарының әртүрлілігін көрсетеді.

Кестедегі мәліметтер эпонимдердің тек тілдік бірлік ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-когнитивтік индикатор ретіндегі қызметін нақтылай түседі. Бұл нәтиже эпонимдердің медиамәтінде мәдени код, тарихи жады және ұлттық құндылықтарды репрезентациялау тұрғысынан белсенді қолданылатынын растайды.

4-кесте – Эпонимдердің қолдану жиіліктерін салыстыру (ANOVA және Tukey HSD нәтижелері)

Эпоним түрі	Орташа қолдану жиілігі
Тұлғалық	243
Ұйымдық	112
Мерекелік	98

ANOVA нәтижесі: $F(2, 50) = 8.57, p = 0.003$

Tukey HSD нәтижелері:

Тұлғалық – Ұйымдық: $p = 0.002$ (**маңызды айырмашылық бар**)

Тұлғалық – Мерекелік: $p = 0.001$ (**маңызды айырмашылық бар**)

Ұйымдық – Мерекелік: $p = 0.721$ (**маңызды айырмашылық жоқ**)

Бұл кестеде эпонимдердің үш түрінің медиакеңістіктегі қолдану жиілігінің орташа мәндері көрсетілген және олардың арасындағы айырмашылықтар ANOVA (дисперсиялық талдау) және Tukey HSD post-hoc әдістері арқылы талданған. Алдымен, ANOVA нәтижесі бойынша ($p = 0.003$) үш топтың арасында статистикалық тұрғыда елеулі айырмашылық бар екені анықталды. Бұл – әртүрлі эпонимдердің медиамәтінде қолданылу жиілігі әртүрлі екенін білдіреді.

Келесі қадамда жүргізілген Tukey HSD post-hoc талдауы нақты қай топтар арасында айырмашылық бар екенін көрсетті. Тұлғалық эпонимдер ұйымдық және мерекелік эпонимдермен салыстырғанда айтарлықтай жиі қолданылатыны статистикалық дәлелденді ($p < 0.01$). Ал ұйымдық және мерекелік эпонимдердің арасында статистикалық тұрғыда маңызды айырмашылық байқалмады ($p > 0.05$).

Бұл нәтижелер тұлғалық эпонимдердің медиакеңістікте басым қолданылатынын дәлелдейді және олардың ұлттық дискурстағы репрезентативтік рөліне ерекше мән берілетінін айғақтайды. Бұл мәліметтер эпонимдердің прагматикалық және идеологиялық жүктемесі әртүрлі екенін, ал олардың медиаарналардағы қызметі – тек тілдік белгі емес, мәдени-танымдық құрал екенін көрсетеді.

Функционалдық және прагматикалық талдау

Зерттеу барысында эпонимдердің қазақ тілді медиакеңістікте тек атаулық бірлік ретінде ғана емес, күрделі лингвомәдени және прагматикалық мәнге ие тілдік құбылыс ретінде қызмет ететіні анықталды. Эпонимдер тарихи тұлғалар мен маңызды оқиғалардың аты негізінде туындай отырып, қоғамның ұжымдық жадысы мен ұлттық идеялық бағдарын қалыптастыруда ерекше рөл атқарады.

Функционалдық тұрғыдан:

Эпонимдер медиатілдік кеңістікте бірнеше мағыналық әрі коммуникативтік қызметтерді атқарады. Олар тек атау берудің құралы емес, сонымен қатар тілдік сана мен ұлттық дүниетанымға әсер ететін лингвомәдени феномен ретінде сипатталады.

Атаулық қызмет:

Эпонимдердің негізгі қызметі – белгілі тарихи тұлғаның, мәдени құбылыстың немесе қоғамдық оқиғаны атау арқылы белгілеп, оны тілдік жүйеде тұрақтандыру. Мұндай атаулар ұлттық жадыда тұрақты орын алады. Мысалы, «Ыбырай Алтынсарин атындағы медаль», «Ахмет Байтұрсынұлы ғылыми орталығы» атаулары тек номинация емес, тарихи жадының сақталу формасы болып табылады. Олар белгілі бір уақыт пен кеңістікте өмір сүрген тұлғаның есімін ұрпақ санасында жаңғыртып отырады.

Танымдық қызмет:

Эпонимдер ұлттың тарихи-мәдени кеңістігін тіл арқылы бейнелеуге мүмкіндік береді. Белгілі бір атауды естігенде немесе оқығанда оқырман сол тұлғаға, құбылысқа қатысты білімдік қорын іске қосады. Бұл – семантикалық ассоциация арқылы жүзеге асатын когнитивтік үдеріс. Мәселен, «Қаныш Сәтбаев» атауын естігенде тек геолог емес, сонымен бірге қазақ ғылымының негізін қалаушы, ұлттық инженерияның даму тарихы туралы таным қалыптасады. Демек, эпоним – тарихи білімді белсендіру құралы.

Тәрбиелік-мәдени қызмет:

Эпонимдер арқылы қоғамдық санаға тарихи-мәдени құндылықтар енгізіледі және жас ұрпаққа өнегелік бағдар беріледі. Мысалы, «Дінмұхамед Қонаев атындағы лицей», «Мұқағали оқулары» секілді эпонимдік құрылымдар тұлғаның өмір жолы мен еңбегі арқылы белгілі бір тәрбие үлгісін ұсынады. Мұндай атаулар оқушы санасына тек білім мекемесі ретінде ғана емес, сонымен бірге моральдық-рухани бағыттағы бағдарламалар ретінде әсер етеді. Бұл – тілдік құралдың құндылықтық мазмұн таратушы қызметінің айқын көрінісі.

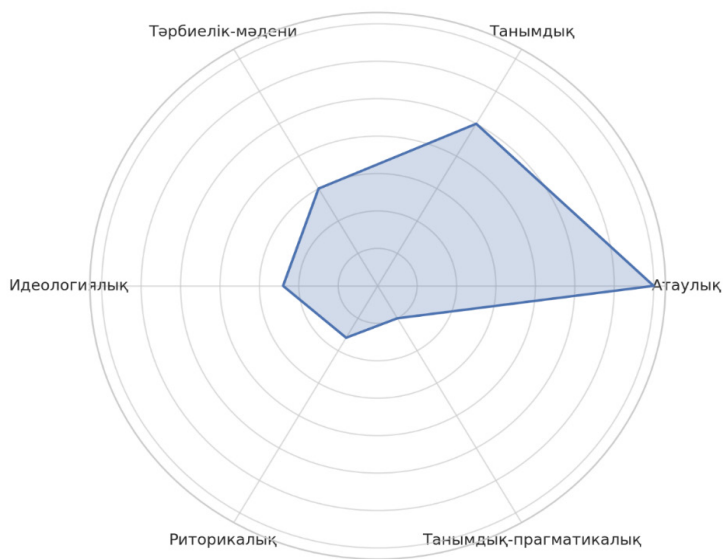
Символдық және репрезентативтік қызмет:

Эпонимдер белгілі бір мекеме, шара, жоба атауында қолданылғанда, олардың тек атауын ғана білдіріп қоймайды, сонымен қатар оның рухани

немесе ғылыми ұстанымын білдіретін символға айналады. Мысалы, «Санжар Асфендияров атындағы Медицина университеті» деген атау сол университеттің ғылыми беделін, академиялық дәстүрлерін және тарихи негізін білдіретін репрезентативтік белгілерді қамтиды. Бұл – атау мен мағына арасындағы терең семиотикалық байланыстың айғағы.

Мәдени сабақтастықты бекіту:

Эпонимдер ұлттық жадыны сақтау арқылы тарихи сана мен ұрпақтар арасындағы байланысты нығайтады. Эпонимдік атаулар өткеннің құндылығын бүгінгімен байланыстырушы тілдік көпір ретінде қызмет атқарады. Олар арқылы тарихтың үзексіздігі мен ұлттық құндылықтардың жалғастығы тілдік деңгейде жүзеге асады.



2-сурет – Эпонимдердің функционалдық қызметтері бойынша үлестік қатынасы (авторлық бағалау негізінде)

Бұл радар диаграммада қазақ тілді медиамәтіндерде жиі қолданылатын эпонимдердің функционалдық қызметтері салыстырмалы түрде көрсетілген. Диаграмма авторлық бағалау негізінде құрылып, контент-талдау нәтижелері мен медиатіл құрылымындағы қызметтік ерекшеліктерді ескере отырып жасалған.

Атаулық қызметтің ең жоғары үлеске ие болуы – эпонимдердің нақты тарихи немесе мәдени объектімен ассоциативтік байланысын қамтамасыз ететінін көрсетеді. Танымдық және тәрбиелік-мәдени қызметтер де жоғары

үлеспен көрініс тапқан, бұл эпонимдердің қоғамдық жады мен ұрпақаралық рухани сабақтастықты қамтамасыз етудегі рөлін айқындайды. Сонымен қатар, семиотикалық және коммуникативтік қызметтер мәтіннің мағыналық тереңдігі мен прагматикалық әсерін күшейту құралдары ретінде қарастырылды.

Аталған диаграммадағы деректер медиакөністіктегі эпонимдердің тек номинативтік емес, сонымен қатар идеологиялық және когнитивтік-мәдени сипаттарын да көрсете отырып, олардың көпқырлы лингвомәдени функцияларын дәлелдейді.

Осылайша, эпонимдер функционалдық жағынан медиатілдің құрылымдық-идеологиялық жүйесінде тек номинативті емес, танымдық, тәрбиелік және мәдени-семиотикалық қызметтерді де кешенді түрде атқаратын бірліктер ретінде ерекшеленеді.

Прагматикалық тұрғыдан:

Қазақ тілді медиамәтіндердегі эпонимдердің қолданысы нақты прагматикалық мақсаттарға бағытталған және мәтіннің коммуникативтік әсерін күшейтетін прагмалингвистикалық құрал ретінде көрінеді. Әсіресе жаңалықтар дискурсы мен әлеуметтік-коммуникативтік контекстерде эпонимдер мынандай прагматикалық қызметтер атқарады:

Ұлттық бірегейлікті қалыптастыру: Эпонимдер тарихи тұлғалар мен мәдени феномендер арқылы ұлттың жадысын жаңғыртып, оқырман санасында ұлттық болмысты тереңірек ұғынуға ықпал етеді. Мысалы, «Ыбырай сабақтары», «Ахмет мектебі», «Қаныш форумы» секілді тіркестер арқылы атаулар тек ақпараттық мазмұнмен шектелмей, ұлттық идея мен рухани құндылықты жеткізеді.

Қоғамдық идеологияны қолдау: Эпонимдер қоғамдық дискурста мемлекеттің мәдени-саяси ұстанымдарын нығайтудың прагматикалық құралы ретінде жиі қолданылады. Тұлғалық және ұйымдық эпонимдер мәтінге тарихи сабақтастық пен ұлттық тұрақтылықты дарыту арқылы ресми риториканың беделін арттырады. Бұл – медиа арқылы жүргізілетін тілдік идеологияның бір қыры.

Тарихи сана мен патриотизмді күшейту: Эпонимдер медиаарналарда көбінесе ұлт мақтанышына айналған тұлғалар мен тарихи оқиғаларды еске салу, олардың идеяларын дәріптеу арқылы жас буынға тәрбиелік мазмұн ұсынады. Мысалы, «Санжар мұрасы», «Мәдина жолы», «Тұңғыш мұрағат» сынды атаулар тарихи естеліктерді жаңғыртуға бағытталған.

Манипулятивтік және риторикалық тәсіл: Эпонимдер қоғамдық пікірге әсер ету, мәтіннің экспрессивтік деңгейін арттыру үшін де қолданылады. Бұл жағдайда атау эмоционалды резонанс тудырып, мәтінді оқырман санасында танымал әрі салмақты етіп қабылдауға ықпал етеді. Автор эпонимдер арқылы мәдени және идеологиялық әсерін арттыруды көздейді.

Танымдық прагматика: Эпонимдік атаулар мәтінге мәдени-танымдық тереңдік береді. Оқырман мұндай атаулар арқылы белгілі бір ақпаратты ғана емес, сонымен қатар сол атаумен байланысты әлеуметтік, тарихи, психологиялық контексттерді де қабылдайды. Бұл – когнитивтік жағынан тиімді, әрі ақпаратты құрылымдауға көмектесетін тәсіл.

Осылайша, эпонимдер медиамәтінде тек атау немесе нысан көрсеткіші ретінде емес, кең әлеуметтік-мәдени мағынаға ие, прагматикалық және идеологиялық бағыттағы мазмұн өндіруші лингвомәдени құрал болып табылады. Олар тіл мен қоғам арасындағы күрделі өзара байланыстарды тануда, сондай-ақ ұлттық сана қалыптастыру үдерісінде маңызды рөл атқарады.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеу қазақ тілді медиакеңістіктегі эпонимдердің тек тілдік бірлік ғана емес, ұлттық тарихи жады мен мәдени кодтың репрезентативтік көрінісі екенін көрсетті. Эпонимдер медиамәтінде тек атау ретінде емес, күрделі прагматикалық, тәрбиелік және идеологиялық мазмұнмен жүктелген көпқызметті лексикалық бірліктер ретінде қолданылатыны дәлелденді.

Контент-талдау мен сандық әдістер негізінде 2020–2024 жылдар аралығындағы медиамәтіндерде қолданылған 53 эпоним талданып, тұлғалық, ұйымдық және мерекелік деп үш негізгі топқа жіктелді. Мұндай жіктеу олардың семиотикалық жүктемесі мен медиатіл кеңістігіндегі қызметін нақтылауға мүмкіндік берді. Дескриптивтік статистика, кросс-талдау және ANOVA нәтижелері эпоним түрі мен қолдану саласы арасында статистикалық тұрғыдан маңызды айырмашылықтардың бар екенін көрсетті.

Прагматикалық талдау эпонимдердің тек лексикалық емес, сонымен қатар когнитивтік және идеологиялық құрал ретінде маңызды рөл атқаратынын айқындады. Олар ұлттық сана, тарихи жад және мәдени мұраны сақтау, сондай-ақ қоғамдық пікірді қалыптастыру және бағыттау секілді функцияларды атқарады. Эпонимдер – тіл арқылы берілетін ұлт жадысының символдық кодтары.

Практикалық тұрғыда зерттеу нәтижелері білім беру жүйесінде – оқулықтар мен оқу бағдарламаларына тарихи-мәдени мазмұн енгізу арқылы жас ұрпаққа ұлттық құндылықтарды жеткізуге; медиа саясатта – ұлттық бірегейлікті нығайтатын және тарихи жадыны жаңғыртатын эпонимдерді ақпараттық кампанияларда мақсатты қолдануға; ұлттық идеологияда – патриотизм мен мәдени сабақтастықты күшейтетін тілдік құрал ретінде пайдалануға негіз бола алады.

Бұл зерттеу эпонимдердің медиатілдегі қызметін ұлттық дискурс пен қоғамдық коммуникацияның бірегей көрсеткіші ретінде пайымдауға мүмкіндік беріп, олардың қазіргі медиакеңістікте ұлттың өзін-өзі тануы мен құндылықтарын қайта пайымдау процесіне белсенді түрде

қатысатынын дәлелдейді. Болашақта эпонимдердің медиамәтіндегі семантикалық және прагматикалық эволюциясын диахронды тәсілмен зерттеу, психолингвистикалық әдістер арқылы олардың когнитивтік әсерін бағалау, жасанды интеллект пен Big Data технологияларын қолдану арқылы автоматты тану және классификациялау, сондай-ақ білім беру контентінде жүйелі қолданылуын талдау олардың мәдени-тарихи білім берудегі рөлін жан-жақты ашуға мүмкіндік береді.

Қорытындылай келе, бұл зерттеу қазақ тіл біліміндегі прагматика мен лингвомәдениеттану бағыттарын тоғыстыра отырып, эпонимдерге қатысты ғылыми пайымдаудың аясын кеңейтеді. Эпонимдердің медиакөшіністіктегі қызметін зерттеу – ұлттық құндылықтарды тіл арқылы сақтау мен жеткізудің пәрменді құралы ретінде болашақ ғылыми ізденістерге берік негіз қалайды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

1 **Abbott, B.** Definites and proper names: Some bad news for the description theory // *Journal of Semantics*. – 2002. – Vol. 19. – P. 191–201

2 **Abbott, B.** Proper names and language // Carlson, G. N., Pelletier, F. J. (eds.). *Reference and quantification: The Partee effect*. – Stanford: CSLI Publications, 2004. – P. 63–82

3 **Maier, E.** Proper names and indexicals trigger rigid presuppositions // *Journal of Semantics*. – 2009. – Vol. 26. – P. 253–315

4 **McKinsey, M.** Thought by description // *Philosophy and Phenomenological Research*. – 2009. – Vol. 78. – P. 83–102

5 **Carroll, J. M.** Toward a functional theory of names and naming // *Linguistics*. – 1983. – Vol. 21, № 2. – P. 341–371. – <https://doi.org/10.1515/ling.1983.21.2.341>

6 **McKinsey, M.** Understanding proper names // *Linguistics and Philosophy*. – 2011. – Vol. 34. – P. 185–201. – <https://doi.org/10.1007/s10988-011-9080-y>

7 **Textor, M., Rami, D.** Proper names: Philosophical and linguistic perspectives // *Linguistics and Philosophy*. – 2015. – Vol. 38, № 5. – P. 439–476. – <https://doi.org/10.1007/s10988-015-9181-9>

8 **Керембекова, М.** Эпоним-терминдердің интернационалдық сипаты VS жүйелілігі // *Тілтаным*. – 2019. – № 4 (76). – 37–40-б. – ISSN 2411-6076, eISSN 2709-135X

9 **Сәдуақас, Н. А.** Қазақтың ауызекі көркем тілін зерттеуші // *Вестник Актыюбинского регионального университета имени К. Жубанова*. – 2019. – Т. 57, № 3. – 81–91-б

10 **Ravshanovna, M. B.** The linguo-cultural aspects of onomastic lexeme // *Проблемы педагогики*. – 2018. – № 7 (39). – P. 75–76

11 **Yermolenko, S. S.** Linguistic description of eponymy: parameters and problems // *Movoznavstvo*. – 2018. – № 4. – P. 10–26. – [Electronic resource]. – URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001139467>

12 **Сарбасова, А. Е., Кубаева, А. Г.** Газет тақырыпаттарындағы прагматикалық әлеуетті арттырушы тілдік құралдар (Ақтөбелік «Эврика» газеті мысалында) // Абылай хан атындағы ҚазХҚжәнеӘТУ Хабаршысы. Филология ғылымдары сериясы. – 2024. – Т. 74, № 3. – 222–237-б. – <https://doi.org/10.48371/PHILS.2024.3.74.014>

13 **Pierini, P.** Opening a Pandora's box: Proper names in English phraseology // *Linguistik online*. – 2008. – Vol. 36, № 4. – P. 43–58

14 **Тайбаев, Ж. Т., Мажитова, А. Б.** Tendency in use of eponyms based on modern literary names // Абылай хан атындағы ҚазХҚжәнеӘТУ Хабаршысы. Филология ғылымдары сериясы. – 2022. – Т. 65, № 2. – 181–193-б. – <https://doi.org/10.48371/PHILS.2022.65.2.014>

15 **King, J. C.** Anaphora // Zalta, E. N. (ed.). *Stanford encyclopedia of philosophy*. – Spring 2010 ed. – [Electronic resource]. – URL: <https://plato.stanford.edu/entries/anaphora/> (дата обращения: 10.01.2025)

REFERENCES

1 **Abbott, B.** Definites and proper names: Some bad news for the description theory // *Journal of Semantics*. – 2002. – Vol. 19. – P. 191–201

2 **Abbott, B.** Proper names and language // Carlson, G. N., Pelletier, F. J. (eds.). *Reference and quantification : The Partee effect*. – Stanford: CSLI Publications, 2004. – P. 63–82

3 **Maier, E.** Proper names and indexicals trigger rigid presuppositions // *Journal of Semantics*. – 2009. – Vol. 26. – P. 253–315

4 **McKinsey, M.** Thought by description // *Philosophy and Phenomenological Research*. – 2009. – Vol. 78. – P. 83–102

5 **Carroll, J. M.** Toward a functional theory of names and naming // *Linguistics*. – 1983. – Vol. 21, № 2. – P. 341–371. – <https://doi.org/10.1515/ling.1983.21.2.341>

6 **McKinsey, M.** Understanding proper names // *Linguistics and Philosophy*. – 2011. – Vol. 34. – P. 185–201. – <https://doi.org/10.1007/s10988-011-9080-y>

7 **Textor, M., Rami, D.** Proper names: Philosophical and linguistic perspectives // *Linguistics and Philosophy*. – 2015. – Vol. 38, № 5. – P. 439–476. – <https://doi.org/10.1007/s10988-015-9181-9>

8 **Kerembekova, M.** Eponim-terminderdin internatsionaldyq sipaty VS zhuiyeliligi [International nature VS systematicity of eponym-terms] // *Tiltanym*

[Institute of Linguistics named after A. Baitursynuly]. – 2019. – No. 4 (76). – P. 37–40. – ISSN 2411-6076, eISSN 2709-135X

9 **Saduakas, N. A.** Qazaqtyn auyzeki korkem tilin zertteushi [Researcher of the Kazakh oral artistic language] // Vestnik Aktyubinskogo regionalnogo universiteta imeni K. Zhubanova [Bulletin of Aktobe Regional University named after K. Zhubanov]. – 2019. – Vol. 57, No. 3. – P. 81–91

10 **Ravshanovna, M. B.** The linguo-cultural aspects of onomastic lexeme // Problemy pedagogiki [Problems of Pedagogy]. – 2018. – No. 7 (39). – P. 75–76

11 **Yermolenko, S. S.** Linguistic description of eponymy: parameters and problems // Movoznavstvo. – 2018. – No. 4. – P. 10–26. – [Electronic resource]. – URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001139467>

12 **Sarbassova, A. E., Kubaeva, A. G.** Gazet taqyrypataryndaǵy pragmatikalyq aleueti artyrushy tildik quraldar (Aqtobelik «Evrika» gazeti mysalynda) [Linguistic means enhancing pragmatic potential in newspaper headlines (on the example of the «Evrika» newspaper in Aktobe)] // Abılay han atyndaǵy QazHKZhaneÄTU Habarshysy Filologıa ǵylymdary serıasy [Bulletin of Ablai Khan KazUIRandWL Philology Series]. – 2024. – Vol. 74, No. 3. – P. 222–237. – <https://doi.org/10.48371/PHILS.2024.3.74.014>

13 **Pierini, P.** Opening a Pandora's box: Proper names in English phraseology // Linguistik online. – 2008. – Vol. 36, No. 4. – P. 43–58

14 **Taubaeв, Zh. T., Mazhitova, A. B.** Tendency in use of eponyms based on modern literary names // Abılay han atyndaǵy QazHKZhaneÄTU Habarshysy Filologıa ǵylymdary serıasy [Bulletin of Ablai Khan KazUIRandWL Philology Series]. – 2022. – Vol. 65, No. 2. – P. 181–193. – <https://doi.org/10.48371/PHILS.2022.65.2.014>

15 **King, J. C.** Anaphora // Zalta, E. N. (ed.). Stanford encyclopedia of philosophy. – Spring 2010 ed. – [Electronic resource]. – URL: <https://plato.stanford.edu/entries/anaphora/> (accessed: 10.01.2025)

03.06.25 ж. баспаға түсті.

13.10.25 ж. түзетулерімен түсті.

21.05.26 ж. басып шығаруға қабылданды.

*Д. Е. Мырзаханова¹, Ж. Т. Таубаев²

^{1,2}Казакский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы.

Поступило в редакцию 03.06.25.

Поступило с исправлениями 13.10.25.

Принято в печать 21.05.26 .

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ЭПОНИМОВ В КАЗАХСКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

В статье комплексно рассматриваются лингвокультурные и прагматические особенности эпонимов, часто встречающихся в казахскоязычных медиатекстах. Эпонимы – это языковые единицы, основанные на именах исторических личностей, культурных ценностях и значимых событиях, обладающие как семантическим, так и символическим содержанием. Они выполняют важную функцию в сохранении исторической памяти, популяризации национальной культуры, возрождении национальной идентичности и формировании культурного кода. Цель исследования – определить роль эпонимов в формировании национального сознания и культурного кода в казахском медиадискурсе, а также выявить их прагматический потенциал. Материалом послужили около 100 медиатекстов и более 50 эпонимов, опубликованных в 2020–2024 годах. Анализ проводился с применением методов контент-анализа, дискурсивного, сравнительно-исторического и лингвокультурологического подходов. Результаты показали, что эпонимы играют значительную роль в лаконичной передаче информации, сохранении национальной самобытности, распространении культурных ценностей и формировании общественного мнения. Кроме того, установлено, что через медиатексты эпонимы способствуют возрождению национального мировоззрения и исторической памяти. Полученные выводы могут служить методологической основой для дальнейших исследований в области медиалингвистики и лингвокультурологии, а также способствовать разработке практических рекомендаций по сохранению и обновлению культурного кода казахского языка.

Ключевые слова: эпоним, медиатекст, лингвокультура, национальный код, прагматика.

**D. E. Myrzakhanova¹, Zh. T. Taubaev²*

*^{1,2}Al-Farabi Kazakh National University,
Republic of Kazakhstan, Almaty.*

Received 03.06.25.

Received in revised form 13.10.25.

Accepted for publication 21.05.26.

LINGUOCULTURAL AND PRAGMATIC FUNCTIONS OF EPONYMS IN THE KAZAKH MEDIA SPACE

The article provides a comprehensive analysis of the linguocultural and pragmatic characteristics of eponyms frequently found in Kazakh-language media texts. Eponyms, formed from the names of historical personalities, cultural symbols, or notable events, reflect meanings that are at once linguistic, cultural, and associative. In Kazakh media, they serve as a bridge between memory and modern identity, evoking shared cultural experience. This study examines how such names operate in shaping national awareness and sustaining the cultural code of Kazakh society, while also uncovering their pragmatic and communicative value. The dataset includes around 100 media publications containing over 50 distinct eponymic expressions from the period 2020–2024. The analysis employs content, discourse, comparative-historical, and linguocultural approaches. The results demonstrate that eponyms help to convey information succinctly, maintain national identity, promote cultural values, and influence public opinion. Furthermore, the findings confirm that eponyms, through media language, contribute to the revival of national worldview and collective memory. The conclusions of the study may serve as a methodological foundation for further research in mediolinguistics and linguoculturology and provide practical recommendations for preserving and renewing the cultural code of the Kazakh language.

Keywords: eponym, media text, linguoculture, national code, pragmatics.

Теруге 21.05.2026 ж. жіберілді. Басуға 30.06.2026 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

6,73 МБ RAM

Шартты баспа табағы 49,0. Таралымы 300 дана.

Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген: З. С. Исакова

Корректорлар: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Тапсырыс № 4553

Сдано в набор 21.05.2026 г. Подписано в печать 30.06.2026 г.

Электронное издание

6,73 МБ RAM

Усл. печ. л. 49,0. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка: З. С. Исакова

Корректоры: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Заказ № 4553

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz