



ӘЛ-ФАРАБИ атындағы  
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ

УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

AL-FARABI KAZAKH  
NATIONAL UNIVERSITY

# ХАБАРШЫ

ФИЛОЛОГИЯ СЕРИЯСЫ

# ВЕСТНИК

СЕРИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКАЯ

# BULLETIN

PHILOLOGY SERIES

3(161) 2016

## СОДЕРЖАНИЕ – МАЗМУНЫ

### 1-бөлім Раздел 1 Әдебиеттану Литературоведение

Azimova A.Y.	
M.F. Akhundzadeh and it's woman images system .....	4
Алдабек Н.Ә.	
Жамбыл Жабаевтың шығармашылық мұрасы .....	10
Базылова Б.К.	
Особенности художественной реконструкции в историческом романе .....	16
Бұлдыбай А.С.	
Особенность сказительского искусства казахского народа .....	22
Гусейнова П.А.	
Идеи независимости в сатирической художественной прозе Абдурагим-Бека Ахвердиева .....	30
Джаламова Ж.Б., Джолдасбекова Б.Ү.	
Авторское сознание в поэме Пришвина «Черный араб» .....	36
Кулиева А.	
Значение писем в исследовании творчества писателя .....	42
Сагындықов Н.Б., Есенқұлова А.	
Қазақ фольклорындағы дастандық эпос жанры.....	48
Сарбасов Б.С.	
Түркі ескерткіштеріндегі ғажайып туу мотиві.....	52
Саткенова Ж.Б., Бисегалиева Н.Қ.	
Балаларға арналған поэзиялық шығармалар тілі .....	56
Сейдімханова Т.Б.	
Қазақ халқының ғашықтық жырлары .....	60
Seitkazy E.S.	
Images and symbolsin prose of O. Bokeev.....	66
Солтанаева Е.М., Мұсалы Л.Ж., Айтмұхамбетова А.С.	
Ежелгі және ортағасырлардагы әдеби мұрадагы ұлттық идея және «Мәңгілік Ел» идеясының көрініс табуы.....	72
Тарақов Ә., Айтмұханбетова А.С.	
М. Әуезовтің «Абай жолы» эпопеясындағы адамгершілік өнегелері.....	80
Шаинова Г.Б.	
Особенности образной структуры прозы Тимура Пулатова.....	86

### 2-бөлім Раздел 2 Тіл білімі Языкознание

Абаева Ж.С.	
Проявление гендерных стереотипов в рекламном тексте .....	92
Ахметбек Г., Нуржасева А.	
Қытай тілі лексикасындағы белсенді кірме сөздер .....	98
Bekmasheva B.N., Zhautikbayeva A.A.	
Lingua Cultural Aspects of Language.....	102
Досанова А.М., Мадиева Д.Б., Шакенова В.Б.	
Интеграция ұғымы және тілдік бейімделу .....	108
Ибраев Г.У., Айтпаева А.С., Рахметова А.Т.	
Лингвистические особенности арготической лексики в частной переписке в пенитенциарных учреждениях.....	116
Итжанова Н.Б.	
Глаголы с семантикой агрессии в СМИ России и Казахстана.....	122

Абаева Ж.С.  
Проявление гендерных  
стереотипов  
в рекламном тексте

В статье автор обращается к актуальности гендерных исследований в языке. Рассматриваются особенности речевого поведения мужчин и женщин. Обращается внимание на эмоциональность женщин и рациональность мужчин. Гендерная специфика поведения зависит от гендерных стереотипов. Утверждается, что в рекламном тексте во многих случаях отражаются данные стереотипы. С другой стороны, реклама влияет на формирование определенных стереотипов. Обращается внимание на различные гендерные стереотипы, выявленные благодаря рекламе. На конкретных примерах анализируется специфика рекламы, адресованной мужчинам и женщинам. Отмечается, что успешность рекламной кампании во многом зависит от учета фактора адресата.

**Ключевые слова:** рекламный текст, гендерный аспект, речевое поведение, гендерный стереотип.

Abayeva Zh.S.

Representation of the gender  
stereotypes in advertising texts

In article the author addresses relevance of gender researches in language. Features of speech behavior of men and women are considered. The attention to emotionality of women and rationality of men is paid. Gender specific behavior depends on gender stereotypes. It is alleged that in the advertising texts in many cases reflected these stereotypes. On the other hand, advertising influences the formation of certain stereotypes. The attention to various gender stereotypes identified through advertising is paid. On concrete examples specifics of the advertising addressed to men and women are analyzed. It is noted that the success of an advertising campaign in many cases depends on the accounting of a factor of the addressee.

**Key words:** advertising text, gender aspect, speech behavior, gender stereotype.

Абаева Ж.С.  
Жарнама мәтініндегі гендерлік  
стереотиптің пайда болуы

Мақалада автор тілдегі гендерлік зерттеулердің өзектілігі анықтайды. Ерлер мен әйелдердің сөйлеу мінез-құлқының ерекшеліктері қарастырылады. Әйелдердің эмоция білдіруіне және ерлердің үстамдылығына назар аударылынады. Гендерлік мінез-құлқы ерекшелігі гендерлік стереотиптермен байланысты. Бұл стереотиптер жарнама мәтінінде көрсетілуде. Басқа жағынан алып қарастырылады. Жарнама белгілі бір стереотиптердің қалыптасуына да әсер етуады. Мақалада жарнама арқылы анықталған түрлі гендерлік стереотиптеріне назар аударландырады. Ерлер мен әйелдерге жолданған жарнаманың ерекшеліктері нақты мысалдар арқылуы талданған. Жарнамалық науқаның табысы көбінесе адресат есебі факторының байланысты.

**Түйін сөздер:** жарнама мәтіні, гендерлі аспект, сөйлеу мінез-құлқы, гендерлі стереотип.

Абаева Ж.С.,  
к. ф. н. доцент Казахского национального университета  
им. ль-Фараби, г. Алматы, Казахстан,  
e-mail: zhamilya24@mail.ru

## ПРОЯВЛЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Большое внимание, уделяемое гендерному аспекту изучения языка, обусловлено постепенным, непрерывно проходящимся изменением статуса женщины в обществе. Овладение видами деятельности, ранее недоступными для женщин, активная общественная деятельность, снятие запретов, отказ от условностей и свобода выбора и самовыражения свидетельствуют об изменениях, происходящих в социуме, которые так или иначе отражаются в языке и особенно ярко проявляются в текстах, ориентированных на массового читателя. Однако интерес к гендерным, или социокультурным, особенностям половых различий, возник не только в связи с «кризисом маскулинности», о котором начали говорить с 1970-х годов, подразумевая несоответствие традиционного мужского порядка и стиля жизни социальным условиям, но и благодаря развитию антропоцентрического подхода к изучению языка, уделяющему значительное внимание субъекту речи.

Современные исследователи полагают, что речевое поведение мужчин и женщин обладает гендерной спецификой, учет которой необходим для эффективности коммуникации. Различия между мужской и женской речью проявляются на разных уровнях языка. Так, женщины гораздо чаще используют уменьшительные формы, эмоциональную и оценочную лексику для выражения гиперболизированной экспрессии. Речь мужчин «огрублена» лексическими средствами, характеризуется тенденцией к точности номинации, использованием терминов, стилистически нейтральной оценочной лексики, экспрессивных, обычно стилистически сниженных средств, активным использованием багажа профессиональных знаний вне сферы профессионального общения [1, 193].

Гендерные различия касаются семантических полей и ассоциативных рядов. Большая, по сравнению с мужчинами, сосредоточенность женщин на своем внутреннем мире обуславливает наличие в ее словарном запасе слов, описывающих чувства, эмоции, иными словами, передающих эмоционально-психологическое состояние человека. А.В. Кирилина утверждает, что женское ассоциативное поле выглядит более обобщенным и «гуманистическим» (природа, животные, повседневная жизнь),