

ПЕДАГОГИКА PEDAGOGY



МРНТИ 14.35.07

С.У. Абенова, А.К. Кабылда, А.К. Бектурова

*Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
(E-mail: sauleta_astana@mail.ru, akmaral_kabylda@mail.ru, araika1234@mail.ru)*

Реклама экологического содержания как продукт отражения сознания экологов-волонтеров

Аннотация. В статье раскрывается идея формирования экологической культуры студентов-волонтеров через рекламы экологического содержания, разработанные самими студентами. Авторами показана значимость рекламы как важного и движущего фактора влияния на сознание молодежи, так как знания - основа экологического сознания. Детально описываются контент-анализ рекламных текстов экологического содержания и структура рекламного обращения, которые станут базовым материалом в развитии экологического волонтерства в высших учебных заведениях в целях модернизации сознания студентов. Рассмотрена практическая работа эковолонтеров в Евразийском национальном университете имени Л.Н. Гумилева с целью формирования необходимых экологических знаний. Показывается реальная возможность внедрения эко-инициатив и экопросвещения в учебно-воспитательный процесс университета, что станет важным направлением в экологизации образования Республики Казахстан.

Ключевые слова: реклама, экологическое содержание, контент-анализ, эколог-волонтер, сознание, «Рухани жаңғыру».

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6895-2019-126-1-8-18>

Казахстан сегодня – миролюбивая страна со стратегией созидания на своей территории через развитие «зеленой экономики» и сохранения Жизни на Земле путем интеграции в международные экологические движения. Согласно Концепции по переходу РК к «зеленой экономике», одним из шести принципов является «обучение и формирование экологической культуры в бизнесе и среди населения», необходимость совершенствования действующих и разработки новых образовательных программ о рациональном использовании природных ресурсов и охране окружающей среды в системе образования и подготовки кадров [1].

Описываемая работа активно проводится согласно концептуальному положению по экологизации профессионального образования, разработанному д.п.н., проф. ЕНУ им. Л.Н.Гумилева Длимбетовой Г.К. Ученый-исследователь по-новому рассматривает понятие «экологический паспорт университета», включая в это понятие не только традиционное озеленение территории и корпуса вуза, но и системное внедрение в содержание образования

по каждой специальности экологического компонента [2].

В рамках развития экологического волонтерства в ЕНУ им. Л.Н.Гумилева нашу инициативу поддерживает Центр молодежной политики университета.

Активная работа проводится среди магистрантов-филологов, которые реализуют когнитивно-коммуникативную технологию д.п.н., проф. ЕНУ им. Л.Н.Гумилева Булатбаевой К.Н. Соответственно технологии магистрантами проводится работа с экологами-волонтерами по вовлечению их в мировое экологическое движение через английский профессиональный язык [3, 4]. Так, каждый магистрант имеет разработанные циклы занятий по одной экологической проблеме, которые он реализует как в студенческих группах во время педагогической практики, так и посредством проведения занятий в любом коллективе и вне учебного процесса в последующие годы.

В современных условиях важна активность молодежи, которая сознательно и добровольно включается в процесс охраны окружающей среды, использует опыт других стран в экологически направленной деятельности. Одним из средств, используемых для воздействия на сознание большой массы населения, является реклама.

Реклама как жанр текста направлена на реальные результаты. Это оптимальный способ воздействия речи на мысли и чувства читателей или слушателей. В первую очередь реклама должна быть понята волонтерами, которые будут активно вести экологическую работу с людьми. Волонтеры должны уметь создавать рекламы экологического содержания на все случаи, где требуется решение экологической проблемы.

Первым этапом работы с волонтерами является изучение существующих реклам и их контент-анализ.

Для этого нами проведен контент-анализ рекламных текстов экологического содержания, результаты которого обсуждены с экологами-волонтерами.

Существует достаточно много определений *контент-анализа*. Одно из самых известных дано В.А. Ядовым [5, с. 122]. Под контент-анализом понимается «перевод в количественные показатели массовой текстовой (или записанной на пленку) информации с последующей статистической ее обработкой». *Текстами* (иначе «*документальной информацией*») в контент-анализе считают «любую информацию, фиксированную в печатном или рукописном виде на магнитной ленте, фото- или кинопленке».

Контент-анализ начинается с выявления *смысловых единиц (единиц анализа)*, в качестве которых используют аргументы: Земля, Будущее, Реки, Планета и пр. Смысловые единицы анализа выделяются на основе поставленных целей и гипотез исследования. *Единицей счета* избирается либо единица анализа, либо физическая протяженность или площадь текстов, заполненная смысловыми единицами. После занесения в специальную форму и подсчета, полученные данные подвергаются обработке.

Универсальность и гибкость этого метода позволяет его использовать на практике с целью убедить людей не загрязнять окружающую среду.

Структура рекламного обращения

Что представляют собой рекламы экологического содержания?

Рекламное обращение – это информационное сообщение в любом печатном издании, предназначенное для обращения к массовой аудитории с целью информирования, содействия, побуждения, убеждения приобрести ту или иную продукцию, услугу. Эта характеристика в полной мере относится к экологической рекламе.

Первое, что бросается в глаза, - это яркие картинки и звучные лозунги. На английском и русском языках в рекламных текстах экологического содержания используется один метод представления информации: это красочные и яркие картинки, звучные лозунги про «сохрани природу», используются значки, обозначающие воздух, землю, воду и т.д.

В качестве примера разберем «Берегите нашу Землю, Реки, горы и леса, чтоб цвела

всегда Планета, Не сорите никогда!!!» (рис.1) и «Heal the Earth, Heal our Future» (рис.2). Смысловая единица в обеих этих рекламах это: Земля, Будущее, Реки, горы, леса, Планета.



Рисунок 1. Рекламное обращение



Рисунок 2. Рекламное обращение

Прокомментируем текст этих реклам и дадим пояснения основным его элементам. Данный текст пишется в повелительном тоне, как обращение в уважительной форме, как просьба. Читатель воспринимает этот текст с доминирующим призывом в повелительной форме безболезненно из-за того, что такого рода реклама обращена каждому члену общества. Следовательно, в рекламах экологического содержания весь текст состоит из эко-фразы - как в английском, так и в русском языках, то есть рекламы, которая состоит из заголовков, рисунков и кратких высказываний.

Почти все рекламы экологического содержания содержат изображения голубого неба, зеленых деревьев и травы, нежно-голубого цвета воды.

Следующий пример, «It's time to do, not to think... Plant Some Trees To Save the world, SAVE EARTH» и «Давайте всем миром, В любую погоду, Будем беречь родную природу!» (рис.3). Смысловые единицы в обеих рекламах это: Беречь, Мир, Земля, Природа, Погода. Обе рекламы зеленого цвета обозначают природу: зеленый земной шар, на котором растёт зеленое дерево, а человек руками держит земной шар. Идея текста - призыв ко всем людям планеты беречь землю.



Рисунок 3. Рекламное обращение

Еще один пример, «Let's Save Our Planet» (рис.4) и «Сохраним планету своими руками ДА! НЕТ!» (рис.5). В обеих этих рекламах это: Планета, Сохранить. Реклама в повелительном тоне, в виде просьбы. Использован голубой земной шар, в обеих рекламах - человеческие руки, обхватывающие земной шар. Реклама на английском - на голубом фоне: в середине - голубое небо, и на нем земной шар и руки, обрамляющие его.



Рисунок 4. Рекламное обращение

В рекламе на русском языке «Сохраним планету своими руками ДА! НЕТ!» - голубой земной шар на белом фоне. Реклама разделена на две части: на правой стороне слово «ДА!» означает поддержку природы - рисунки «зеленая трава», «насекомые» и «море с рыбами». На левой стороне слово «НЕТ!» обозначает «не загрязнять природу», «не рубить деревья».



Рисунок 5. Рекламное обращение

Из реклам экологического содержания мы выбрали 100 лозунгов на русском, английском и китайском языках и произвели анализ каждого слова в лозунге (табл.1, рис.6, 7).

Таблица 1. Смысловые единицы рекламных текстов на русском, английском, китайском языках

Смысловые единицы	На русском	На английском	На китайском
Мир	7	11	5
Природа	24	14	4
Земля	7	24	3
Вода, река	7	22	8
Воздух	4	8	5
Бережь	19	41	9
Планета	12	19	1
Сохранить	11	12	9
Лес, дерево, трава	14	28	8
Человек	5	-	3
Чистота	17	5	8
Загрязнение	4	7	14
Мусор	7	2	4
Здоровье	1	4	5

Экология	6	12	37
Город	11	-	6
Зеленый	4	19	13

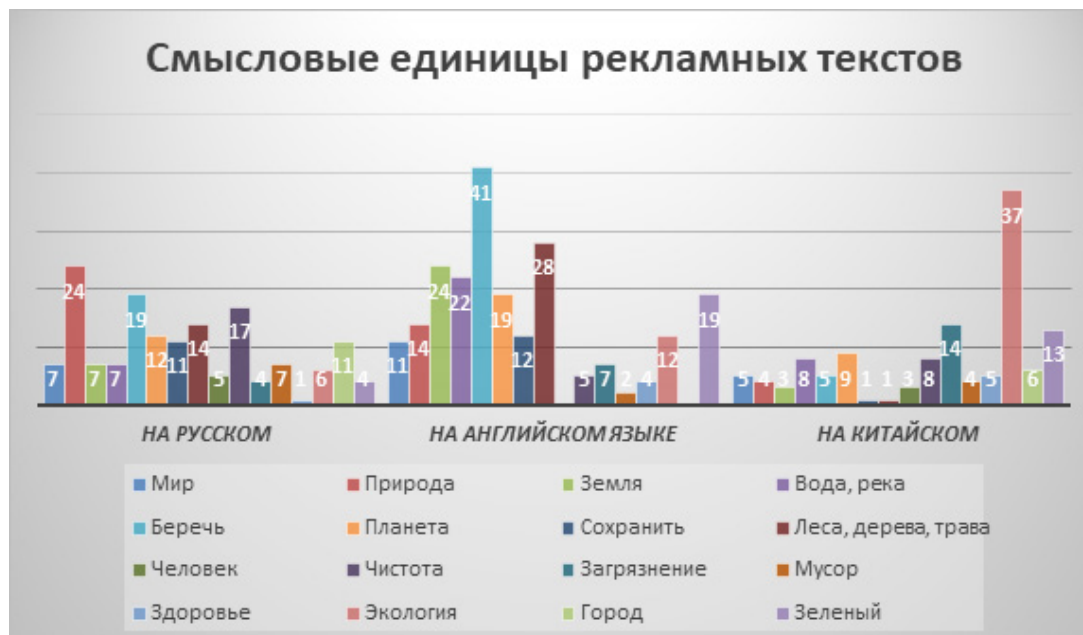


Рисунок 6. Смысловые единицы рекламных текстов



Рисунок 7. Смысловые единицы рекламных лозунгов

При изучении экологических рекламных текстов волонтерами были усвоены основные направления семантики воздействия. Следует отметить малое количество реклам экологического содержания в нашей стране. Это натолкнуло нас на мысль проводить с волонтерами-студентами различные акции, в которых выделялся бы один конкретный аспект экологических проблем. В первую очередь, им было предложено придумать эмблему для общего экологического движения. В апреле 2018 года в ЕНУ им. Л.Н.Гумилева был проведен Международный научно-практический семинар, на котором впервые была представлена данная эмблема (рис.8).



Рисунок 8. Эмблема экологизации образования (ЕНУ им. Л.Н.Гумилева)

Она отражает идею сохранения Земли и имеет национальный компонент – эмблему духовного возрождения нации «Рухани жаңғыру». Это означает возродить философское отношение наших предков к Земле, бережно относиться к природным богатствам, используя их на благо общества и одновременно заботясь об их возобновлении. При этом рассматривались ключевые понятия из имеющихся реклам, представленные выше. В то же время студентам предлагалось проявить творческий подход, использовать национальное ценностное отношение к природе. Наши студенты-волонтеры использовали для рекламы пословицы, метко передающие отношение народа к природным ресурсам. Так, каждый казах знает поговорку «Судың да сұрауы бар». Студенты смогли дать разные варианты данной поговорки как рекламы: а) тонкий родник у пропасти, к которому может приблизиться только один человек, и длинная очередь людей с посудой в руках; б) город, оставшийся без воды из-за зараженности почвы и водопроводной воды; в) противопоставление цветущего вчера палисадника и увядшего сегодня из-за аварии техногенного характера; г) человек, упавший в пустыне из-за обезвоживания и т.д.

Волонтерами были также разработаны своего рода листовки просветительского характера, которые объясняли населению способы распределения бытовых отходов. Целью их распространения является формирование положительного отношения к раздельному сбору мусора как самому эффективному ресурсосберегающему средству. Информационные листовки направлены на формирование экологической культуры и повышение сознательности у населения. По статистике, большинство людей предпочитают воспринимать информацию визуально, поэтому именно привлечение внимания с помощью листовок, плакатов является самым действенным способом просвещения жителей города.

В дальнейшем, при установлении контейнеров с раздельным сбором мусора в городе, планируется создать пошаговые инструкции, которые ознакомят с правилами пользования контейнерами и подчеркнут важность разделения отходов. Главной задачей волонтерства является повышение стремления к активной деятельности по охране окружающей среды.

Экологическое волонтерство позволит нам совместить теорию с практикой [6].

В ЕНУ им. Л.Н.Гумилева активно разрабатываются и распространяются рекламные листы, отражающие ключевые экологические идеи. Представим один из таких листовок, в котором отражены экологическая эмблема, название университета и фотоизображение вуза, а далее – ненавязчивые указания на сортировку мусора.

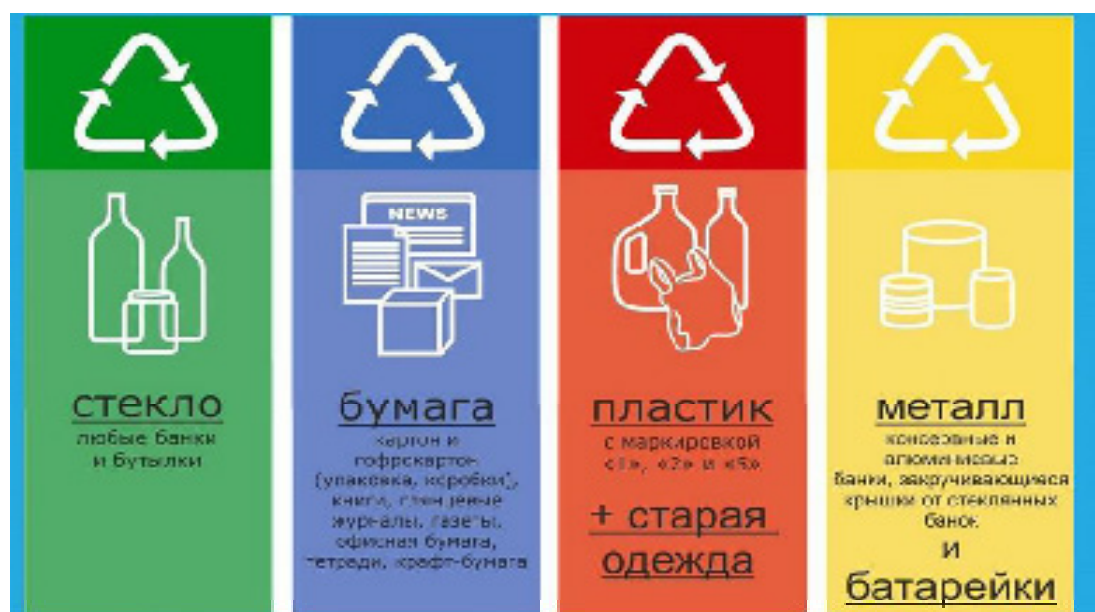


Рисунок 9. Пример информационной листовки

Студенческая молодежь очень креативная, о чем свидетельствуют следующие рекламные тексты на казахском, русском и английском языках:

- «Таза болса табиғат - аман болар адамзат»;
- «Студенты - вместе, мусор - отдельно»;
- «Студент, подумай прежде, чем сделать бросок»;
- «Зеленый университет - загрязнению НЕТ!»

- «Из ЕНУ студенты мы - чистоте всегда верны!»;
- «Береги природу - утилизируй отходы!»;
- «Студенты ЕНУ - за новую «эковолну!»;
- «Студенты ЕНУ любят чистоту»;
- «Потратим время не на сотку, а мусор соберем в переработку!» ;
- «Здоровая среда - конечно же, «ДА!»» ;
- «No plastic is fantastic»;
- «Divide the garbage and support the nature»;
- «Be clean, go green».

Как видим, студенты используют такие ключевые понятия, как «чистота», «природа», «мусор», «здоровая среда», «переработка», «мусор», «зеленый университет». Кроме того, в этих рекламах появляется сам субъект деятельности – студент, что важно для реализации общей экологической культуры на территории вуза. Работа в этом направлении продолжается. Совместно с Центром молодежной политики планируется проведение различных акций среди студентов университета. Думается, что нашу инициативу поддержат другие вузы Казахстана.

Такого рода экологическая деятельность волонтеров в стенах университета будет не только формировать необходимые знания и бережное отношение к природе, но и привычки экологически целесообразного поведения. Именно волонтеры, участвуя в различных конференциях, информируя, обучая и, самое главное, на личном опыте доказывая это, будут формировать экологическую культуру молодежи. И потому в современном мире актуально новое понятие здорового образа жизни – экологический стиль жизни [7]. Формирование экологического стиля жизни студента – это веление времени, связанное с глобальным характером проблем экологии. Современному подрастающему поколению необходимо использовать свои экологические знания для сохранения природы и предотвращения необратимого нарушения экологического равновесия. Именно для формирования экологических знаний мы и используем рекламу как важный и движущий фактор влияния на сознание молодежи, так как знания – это основа экологического сознания.

Анализ имеющейся казахстанской литературы показывает научную новизну и актуальность данного направления. Возможность внедрения экоинициатив и экопросвещение в стенах университета являются важным направлением в экологизации образования Республики Казахстан. В последние годы наблюдается активная деятельность исследователей в данном направлении [8-11]. В ЕНУ им. Л.Н.Гумилева выполняется научный проект на тему «Экологизация вузовской системы образования как инновационный путь модернизации духовного сознания студентов» (AP05132519), в рамках которого активно развивается экологическое движение студентов и магистрантов.

Список литературы

1. Концепция по переходу Республики Казахстан к зеленой экономике: Указ Президента Республики Казахстан от 30.05.2013 г. № 577. - С.50
2. Длимбетова Г.К. Экологический паспорт университета: новое содержание в свете формирования духовного сознания будущих специалистов // Научные подходы к экологизации системы образования в условиях развития «зеленой экономики»: Сборник материалов Международного научно-практического семинара, Астана, 2018. – С. 3-7.
3. Bulatbayeva K.N., Dlimbetova G.K., Fahrutdinova G.Zh. Cognitive-communicative technology of bilingual education as condition of formation of ecological competence // European proceedings of social and behavioural sciences EpSBS». - Казань. Vol. XLV (45)7 N 22. – С. 185-192.
4. Международный круглый стол как старт активизации экологической деятельности молодежи

- ЕНУ имени Л.Н. Гумилева [Электрон. ресурс]. - URL: http://www.enu.kz/ru/info/novo-sti-enu/53687/?sphrase_id=1693262 (дата обращения 12.10.2018).
5. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы - М.: Наука, 1972. - 266 с.
 6. Длимбетова Г.К., Абенова С.У. Экологическое волонтерство как путь модернизации сознания студентов // Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия Педагогика. Психология. Социология. - 2018. - Т. 122. - № 1. - С. 110-115.
 7. Рахимжанова М.М. Формирование экологического стиля жизни у студентов. // Материалы научно-практической конференции, посвященной науке в информационном обществе, Челябинск, 2018. - С. 24-30.
 8. Стукаленко Н.М., Длимбетова Г.К., Булатбаева К.Н. О формировании экологической компетентности у будущих специалистов в контексте стратегии «зеленой» экономики // Современные проблемы науки и образования. - Москва, 2018, № 4 [Электрон. ресурс]. - URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=27859> (Дата обращения: 12.10.2018).
 9. Длимбетова Г.К., Стукаленко Н.М., Абенова С.У. Об особенностях формирования экологического сознания на современном этапе // Социальные нормы в условиях современных рисков: Материалы II-ой Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2018 - С. 34-40
 10. Длимбетова Г.К., Булатбаева К.Н., Абенова С.У. «Зеленый» кампус как путь интеграции вузов в модель «зелёной» экономики // Вестник Казахского национального педагогического университета им. Абая. Серия «Педагогические науки». - 2018. - Т. 58. - № 2. - С. 78-83.
 11. Булатбаева К.Н. Фахрутдинова Г.Ж. Когнитивно-коммуникативная технология двуязычного обучения как условие формирования экологической компетенции студентов // Научные подходы к экологизации системы образования в условиях развития «зеленой экономики»: Сборник материалов Международного научно-практического семинара, Астана, 2018 – С. 28-33.

С.У. Абенова, А.Қ. Қабылда, А.К. Бектурова

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Эколог-волонтерлердің санасын бейнелеудің өнімі ретінде экологиялық мазмұнның жарнамасы

Аннотация. Мақалада студенттердің өздері әзірлеген экологиялық мазмұнды жарнамалар арқылы еріктілердің экологиялық мәдениетін қалыптастыру идеясы көрсетілген. Авторлар жарнаманың жастардың санасына әсер етуі мен қозғаушы факторы ретінде маңыздылығын көрсетеді, өйткені білім - бұл қоршаған ортасының негізі. Экологиялық контенттің жарнамалық мәтіндерін, сондай-ақ жарнамалық шағымның құрылымын талдауды толық көрсетілген. Мақалада студенттердің санасын жаңғырту мақсатында жоғары оқу орындарында экологиялық волонтерлік қызметтің дамуына баса назар аударылады. Экологиялық білім қалыптастыру үшін, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінде эко-еріктілердің практикалық жұмысы қарастырылған. Бұл Қазақстан Республикасында білім беруді көгалдандырудың маңызды бағыты бола алатын университетте эко-бастамалар мен экологиялық білім беруді енгізудің нақты мүмкіндігін көрсетеді.

Түйін сөздер: жарнама, экологиялық мазмұн, контент- талдау, эколог-волонтер, сана, рухани жаңғыру.

S.U.Abenova, A.K. Kabylda, A.K. Bekturova

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

**Advertising of the ecological content as product
of reflection of ecologists-volunteers' consciousness**

Abstract: In the article there is an idea to create the ecological culture of students-volunteers through advertising of ecological content which are developed by students. The authors showed the importance of advertising as an important and driving factor of influence on consciousness of youth as knowledge is a basis of ecological consciousness. The content analysis of advertising texts having an ecological content as well as the structure of an advertising message is in details described. The main attention in the article is paid to the development of ecological volunteering in higher educational institutions for modernization of students' consciousness. The practical work of ecovolunteers at L. Gumilyov Eurasian National University is considered for the purpose of creation of necessary ecological knowledge. The real possibility to implement the eco-initiatives and eco-education at the university is shown that will be the important area in ecologization of education in the Republic of Kazakhstan.

Key words: advertizing, ecological content, content analysis, ecologist-volunteer, consciousness, Ruhani Zhangyru program (modernization of Kazakhstan's identity).

References

1. Koncepcija po perehodu Respubliki Kazahstan k zelenoj jekonomike: Ukaz Prezidenta Respubliki Kazahstan: Ukaz Prezidenta Respubliki Kazahstan ot 30.05.2013 g. № 577. 50 s. [A map for Kazakhstan's transition to a "green economy": Decree of the President of the Republic of Kazakhstan, of 30 May 2005, 577, 50 p].
2. Dlimbetova G.K. Jekologicheskij pasport universiteta: novoe sodержanie v svete formirovaniya duhovnogo soznaniya budushhih specialistov [Ecological passport of university: a new content in the light of the formation of the spiritual consciousness of future specialists]. Sbornik materialov Mezhdunarodnogo nauchno-prakticheskogo seminar "Nauchnye podhody k jekologizacii sistemy obrazovaniya v usloviyah razvitiya «zelenoj jekonomiki» [International scientific - practical seminar on Scientific approaches to the cleaner education system in the context of the development in a green economy]. Astana, 2018, pp. 3-7.
3. Bulatbaeva K.N., Dlimbetova G.K., Fahrutdinova G.Zh. Kognitivno-kommunikativnaja tehnologija dvujazychnogo obrazovaniya kak uslovie formirovaniya jekologicheskoy kompetentnosti [Cognitive-communicative technology of bilingual education as condition of formation of ecological competence], Evropejskij sbornik social'nyh i povedencheskih nauk EpSBS [European proceedings of social and behavioural sciences EpSBS], 45 (22), 185-192 (2018).
4. Mezhdunarodnyj kruglyj stol kak start aktivizacii jekologicheskoy dejatel'nosti molodezhi ENU imeni L.N. Gumileva [International round table as the start of the revitalization of environmental activities of young people of L.N. Gumilyov Eurasian National University]. [Electronic resource] Available at: http://www.enu.kz/ru/info/novosti-enu/53687/?sphrase_id=1693262 (Accessed: 12.10.2018).
5. Jadov V.A. Sociologicheskoe issledovanie: metodologija, programma, metody [Sociological research: methodology, program, methods] (Nauka, Moscow, 1972).
6. Dlimbetova G.K., Abenova S.U. Jekologicheskoe volonterstvo kak put' modernizacii soznaniya studentov [Environmental volunteering as a way to modernize students' consciousness], Vestnik Evrazijskogo nacional'nogo universiteta imeni L.N. Gumileva. Serija Pedagogika. Psihologija. Sociologija [Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. Pedagogy. Psychology. Sociology series], 122(1), 110-115 (2018).
7. Rahimzhanova M.M. Formirovanie jekologicheskogo stilja zhizni u studentov [Formation of students' ecological lifestyle]. Materialy nauchno-prakticheskoy konferencii, posvjashhennoj nauke v informa-

cionnom obshhestve [Materials of Scientific-practical conference devoted to science in the information society]. Chelyabinsk, 2018, pp. 24-30.

8. Stukalenko N.M., Dlimbetova G.K., Bulatbaeva K.N. O formirovanii jekologicheskoy kompetentnosti u budushhih specialistov v kontekste strategii «zelenoy» jekonomiki [About the formation of environmental competence among future professionals in the context of a green economy strategy], *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* [Contemporary problems of science and education]. Available at: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=27859> [Electronic resource] (Accessed: 24.08.2018)

9. Dlimbetova G.K., Stukalenko N.M., Abenova S.U. Ob osobennostyah formirovaniya jekologicheskogo soznaniya na sovremennom etape [Factors in the creation of ecological consciousness at the present stage]. *Materialy II-oj Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii “Social’nye normy v usloviyah sovremennykh riskov”* [II International Scientific-practical conference on Social norms in the conditions of modern risks]. Chelyabinsk, 2018, pp. 34-40.

10. Dlimbetova G.K., Bulatbaeva K.N., Abenova S.U. «Zelenyj» kampus kak put’ integracii vuzov v model’ «zeljonoj» jekonomiki [“Green” campus as a way to integrate universities in the model of “green” economy], *Vestnik «Pedagogicheskie nauki» Kazahskogo nacional’nogo pedagogicheskogo universiteta im. Abaja* [Bulletin of Abay Kazakh National Pedagogical University], 58 (2), 78-83 (2018).

11. Bulatbaeva K.N. Fahrutdinova G.Zh. Kognitivno-kommunikativnaja tehnologija dvujazychnogo obuchenija kak uslovie formirovaniya jekologicheskoy kompetencii studentov [Cognitive-communicative technology of bilingual education as a condition for the creation of students’ environmental competence]. *Sbornik materialov Mezhdunarodnogo nauchno-prakticheskogo seminara “Nauchnye podhody k jekologizacii sistemy obrazovaniya v usloviyah razvitiya «zelenoj jekonomiki»* [International scientific - practical seminar on Scientific approaches to the greening of the education system in the development of a green economy]. Astana, 2018, pp.28-33.

Сведения об авторах:

Абенова С.У. - докторант 2 курса специальности «Педагогика и психология», Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева ул. Янушкевича, 6, Нур-Султан, Казахстан.

Қабылда А.Қ. - магистрант 2 курса по специальности «Иностранная филология», Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева ул. Кажымукана, 11, Нур-Султан, Казахстан.

Бектурова А.К. - магистр специальности «Иностранная филология», Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, ул. Кажымукана, 11, Нур-Султан, Казахстан.

Abenova S.U. – PhD second-year Student in Pedagogy and Psychology, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Yanushkevich str., 6, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Kabylda A.K. – Master second-year Student in Foreign Philology, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazhymukan str., 11, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Bekturova A.K. – Master in Foreign Philology, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazhymukan str., 11, Nur-Sultan, Kazakhstan.