

Т.Н. Ермакова , А.У. Мырзабай* 

Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

*e-mail: myrzabay.aidana@mail.ru

ҚАЗАҚ ТІЛІН ОҚЫТУ ҮДЕРІСІН «ҰЛТТЫҚ БРЕНД» ТАҚЫРЫБЫ АРҚЫЛЫ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ӘДІС-ТӘСІЛДЕРІ

Мақалада мемлекеттік тіл – қазақ тілін оқыту үдерісін «ұлттық бренд» тақырыбы арқылы ұйымдастырудың әдіс-тәсілдері көрсетілген. Зерттеу объектісі ретінде тілдің тек құрылымдық-грамматикалық ерекшеліктері ғана емес, мәдени-әлеуметтік аспектісі алынып, қазақ тілін лингвомәдениеттанымдық аспект арқылы оқыту мәселесі талданған. Тіл үйрету әдістемесі жалпы тіл білімінің дамуы прогресімен байланыста алынып, лингвистикадағы жаңа бағыттардың пайда болуы әдістемеге да әсер еткені, нәтижесінде тіл үйретудің жаңа тенденциялары пайда болғаны тұжырымдалған. Жаңа бағыттар мен ұлттық құндылықтардың интеграциясынан «ұлттық бренд» тақырыбы жүйеленді. Осы тақырыптың аясында мәтін алынып, мәтін арқылы тіл үйрету үдерісін жүзеге асырудың үлгісі берілген.

Қай тілді болмасын үйрену барысында адамның сөздік қоры бұрын болмаған жаңа лингвомәдени және этнолингвистикалық бірліктермен толығыны белгілі. Олардың ішінде лингвомәдени ремалар, фразеологизмдер, мақал-мәтелдер, лақуналар сияқты күнделікті қолданыстағы бірліктердің барлығы белгілі бір жағдаятқа байланысты пайда болған ұлттық ой-сананың жемісі болып табылады. Яғни, адам баласының өмірге аяқ басқан сәтінен бастап, дүниеден өткенге дейінгі аралықтағы бастан кешіргені тілден көрініс тауып, белгілі бір ұлттық-тілдік штампқа айналды. Демек, тілді өмірдің көрінісі дер болсақ, оны оқытудың басты алғышарты сол тілде сөйлеуші халық пен ұлттың өмір салтын, түрлі өмірлік ситуацияларға сәйкес қолданатын тілдік бірліктерін оқыту.

Қазақ тілін ұлттық бренд арқылы оқыту дегеніміз тіл арқылы қазіргі жаһандық әлемде қазақ мәдениетін дамытуға бағытталған, қазақ тілінің өзіне ғана тән ұлттық бояуын көрсететін, дүниежүзілік ұлтаралық тілдік кеңістікте басқа мәдениеттермен байланыста бола отырып, күнделікті тұрмыстағы ең маңызды коммуникативтік мәселелерді шешуге бағытталған тіл үйретудің коммуникативтік, когнитивтік, аксиологиялық компоненті болып табылады. Сондықтан зерттеудің басты мақсаты – тілді ұлттық бренд арқылы оқытудың әдіс-тәсілдерін көрсету.

Түйін сөздер: қазақ тілін оқыту, ұлттық бренд, әдістеме, әдіс-тәсілдер, технология, тіл білімі.

T. Yermekova, A. Myrzabay*

Kazakh National Women's Teacher Training University, Kazakhstan, Almaty

*e-mail: myrzabay.aidana@mail.ru

Methods of organizing the process of teaching the Kazakh language on the basis of the theme “national brand”

Methods and techniques of organizing the process of teaching the state language—the Kazakh language through the theme “National brand” are presented in the article. Teaching the Kazakh language through the theme of the national brand is a communication, cognitive, axiological component of language teaching aimed at the development of the Kazakh culture in the modern global world, reflecting the national coloring of the Kazakh language inherent only to it, aimed at solving the most important communication problems in everyday life, in contact with other cultures in the Global interethnic language space. Therefore, the main goal of the research is to find methods and techniques of language teaching through the national brand theme.

The object of the study is not only the structural and grammatical features of the language, but also the cultural and social aspect, the problem of teaching the Kazakh language through the linguistic and cultural aspect is analyzed. It was found that the methodology of language teaching was borrowed in connection with the progress of the development of general linguistics, and the emergence of new directions in linguistics also influenced the methodology, as a result of which new trends in language teaching appeared. The theme “National brand” is systematized from the integration of new trends and national

values. Within the framework of this topic, the text is taken and an example of the implementation of the language learning process through this text is given.

Key words: teaching the Kazakh language, national brand, methodology, methods, technologies, linguistics.

Т.Н. Ермакова, А.У. Мырзабай*

Казахский национальный женский педагогический университет, Казахстан, г. Алматы,

* e-mail: myrzabay.aidana@mail.ru

Методы организации процесса обучения казахскому языку на основе темы «национальный бренд»

В статье представлены методы и приемы организации процесса обучения государственному языку – казахскому языку через тему «Национальный бренд». Обучение казахскому языку через тематику национального бренда позволяет актуализировать коммуникативный, когнитивный, аксиологический аспекты обучения языку, направленные на развитие казахской культуры в современном глобальном мире. Такой подход позволяет наиболее полно выразить национальную окраску казахского языка, направляет личность обучающегося на решение наиболее важных коммуникативных проблем в повседневной жизни при соприкосновении с другими культурами во Всемирном межнациональном языковом пространстве. Поэтому главная цель исследования – найти методы и приемы обучения языку, используя тематику «Национальный бренд».

В качестве объекта исследования взяты не только структурно-грамматические особенности языка, но и культурно-социальный аспект, проанализирована проблема преподавания казахского языка через лингвокультурный аспект. Было установлено, что методика преподавания языка была заимствована и связана с историей и прогрессивным развитием самого общего языкознания, а появление новых направлений в лингвистике повлияло и на методику, в результате чего появились новые тенденции в обучении языку. Интеграция новых направлений и национальных ценностей была систематизирована в методике обучения языку по теме «Национальный бренд». В статье проведен разбор и показан методический пример осуществления процесса обучения языку через текст о национальном бренде.

Ключевые слова: обучение казахскому языку, национальный бренд, методика, методы, технологии, языкознание.

Кіріспе

Ел Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев «Ана тілі» газетіне берген сұхбатында былай деді: «Тарихтан сабақ ала отырып, біз технология мен роботтар басты рөл атқаратын жаңа дәуірдегі қазақ халқының игілікті өмірі жайында ойлануымыз керек. Әлем түпкілікті өзгерістердің алдында тұр. Сол себепті, есте жоқ ескі заманды аңсамай, лингвистикалық мәдениеттің айналасын шиырлай бермей, тарихымызды да дәріптеп, салт-дәстүрімізді сақтай отырып, алға ұмтылуымыз қажет. Қазір – нағыз аз сөйлеп, көп іс тындыратын шақ. Олай болмаған жағдайда, біз өзімізді халықаралық қоғамдастықтың алдында кемшін ұлт ретінде көрсетеміз. Ал енді не істеу керек?» (Тоқаев, 2020: 1-2) [1]. Бұл сұрақ қазақ тілін өзге тілді аудиторияда оқыту ісімен айналысатындарға үлкен жауапкершілік жүктейді. Әрине, ғалымдар мен практик мамандар ұсынып жүрген әдістемелер жетерлік. Бірқатары жақсы нәтижесін беруде. Ал өзгермелі заманда ұлттық құндылықты сақтай отырып, қазақ тілін үйретудің қандай тәсілдері бар?

Әдебиеттерге шолу

Қазіргі таңда тіл үйретуде отандық және шетелдік лингводидактикадағы оқытудың жаңа бағыттарына қызығушылық артып отыр. Осыған байланысты коммуникативтік және тұлғалық-әрекеттік тәсіл – атап айтқанда, практикалық нәтижеге қол жеткізуге бағытталған шет тіліндегі коммуникативтік-танымдық және шығармашылық қызметін ұйымдастыруға негізделген әдістердің маңызы ерекше. Соның ішінде тілдің коммуникативті функциясымен бірге кумулятивтік функциясын көрсететін әдістер алға шыға бастады. Өйткені, мұндай әдістер лингвистикалық білімді мәдени ақпараттар арқылы әлеуметтік маңызды тәжірибені тіл үйренуші санасына бекіту және жинақтаумен байланысты. Тәуелсіздіктен соң айырықша қарқын алған қазақ тілін өзге ұлт өкілдеріне оқытуда Ф. Оразбаева, Т. Аяпова, Қ. Қадашева, К. Жақсылықова, А. Сатбекова т.т. сынды ғалымдар еңбектерінде оқытудың бұл аспектісі әр түрлі технологиялар аясында сарапталып, тілді меңгертудегі ұлттық компоненттерді

зерделеуге айырықша мән беріледі. Мұндай мәселе шетелдік ғалымдар назарынан да тыс қалмаған. Л.Г. Компанеева дарынды жоғары сынып оқушыларының зияткерлік қабілеттерін дамыту, олардың шет тіліндегі қарым-қатынас дағдылары мен дағдыларын қалыптастыруда оқушылардың ойлау ерекшеліктерін ескеретін жаттығулар жиынтығы негізінде жүзеге асырылатын жобалық тәсілдің оң нәтиже беретінін зерделейді (Компанеева, 2007:15) [2].

Н.А. Саланович өзінің диссертациялық жұмысында француз тілін оқып жатқан жоғары сынып оқушыларының мотивациясын арттыру құралы ретінде лингвоелтанымдық тәсілді қолданудың тиімділігіне және тіл мен мәдениетке қатар жүгіну арқылы мотивация тудыру мен оны одан әрі жоғарылатуын қамтамасыз ету жолдарын қарастырады (Саланович, 1995:15) [3].

Байқағанымыздай, шетел тілдерін оқыту мазмұнының әлеуметтік-мәдени (аймақтық және лингвистикалық-аймақтық) компоненті тіл үйренуші үшін үйренетін тіл өкілдері өмірінің әртүрлі аспектілерімен, зерттеліп жатқан тілдің бүгінгімен және ел тарихымен байланыстыра оқытудың маңызы зор.

Проблеманы талдау

Лингвистиканың даму прогресі тіл үйрену үдерісін түрлендіріп, тіл үйретуге деген жаңа көзқарасты қалыптастырды. Тілді бұрынғыдай дәстүрлі жүйе бойынша грамматикалық құрылымдар арқылы оқыту ескіріп, коммуникативтік қажеттілік басты фактор ретінде алынып, адамның физиологиялық және психологиялық механизмдері басшылыққа алынды. Яғни, «тіл табиғатын адамның танымдық әрекетімен байланыстыра талдаған тұжырымдардың қай-қайсысы да психофизиологиялық, әлеуметтік және этнотанымдық мәселелердің үйлесімді сабақтасуына негізделді» (Оразалиева, 2007:12) [4]. Мәдени сәйкестік пен мінез-құлық арасындағы байланысты дәлелдейтін және көрсететін факторларды зерттеуге бағытталған тағы бір қызықты мақалада әлеуметтік-мәдени ортаның билингв тұлғалардың өзін-өзі қабылдауы мен мәдени ерекшелігіне қалай әсер ететініне арналған. Тіл үйренушінің эмоционалды реакциясы мен жасына байланысты билингв тұлғалардың әр мәдениет пен тілдің интеграция деңгейлерін, мәдениаралық сәйкестіктің интеграция өлшемін, эмоционалды күйін анықтауға арналған

маңызды психологиялық эксперименттер жасап, қорытындысында әр мәдениет өкілінің тілді қабылдаудағы ерекшеліктеріне әлеуметтік мәдени ортаның ықпалына тоқталады (Ezikov, 2021:119) [5]. Бұл да тіл үйренуде үйренетін тілдің мәдени құндылығының қаншалықты маңызды екендігін көрсетеді.

Аргентина мен Парагвайда украин тілінің қызметін зерттеген ғалымдар осы аймақтағы украин диаспорасының тілдік ерекшелігіне мән береді (Pilipenko, 2018:281) [6]. Этнонимдер мен топонимдер, диалектілерге талдау жасай отырып, қиырда жүрсе де, украин ұлты өкілдерінің диалектілердің ерекшеліктерін, ономастикалық атауларды сақтап қалғандығы анықталған. Бұл да ұлт өкілдерінің тілдік түпсанада қалыптасқан ұлттық ерекшеліктерді қаншалықты сақтап қалғанын көрсетеді. Бұл тілдегі лексемаларды халықтық дүниетаныммен байланыстыру, философиялық категория ретінде қарастыру, осылайша жалпы тілді мәдениет пен күнделікті тіршілікпен тығыз қарым-қатынаста пайымдау, адамның күнделікті өмірден түйгенінің тілден көрініс табуы тілтанымның өзегі этностық құндылықтармен тікелей байланысты екендігін дәлелдейді. Бұл мәселеге назар аударған шетелдік зерттеушілер «полиұлттық» тілдердің бірі – испан тілін шет тілі ретінде оқытуда қолданылатын тәсілдерді жіктейді. Моноцентристік тәсілмен оқытуда испан тілінің лингвистикалық нормасына айырықша мән берілсе, полицентристік тәсілмен оқытуда оқу бағдарламасына қандай ұлттық нұсқаларды енгізу керектігін Ресейдің үш университеті мысалында қарастырады: Ресей халықтар достығы университеті, Мәскеу аймақтық мемлекеттік университеті және Мәскеу мемлекеттік лингвистикалық университеті (Hervilla, 2018:655) [7].

Тілдік құрылым тек қоршаған ортадан ақпарат алу мен ақпарат беру үдерістерінен әлдеқайда күрделі концептуалдық кеңістіктің дәнекері болып, адамның қоршаған ортасын, жалпы әлемді тануы мен меңгеруінің нәтижесі болып, «әлемнің тілдік бейнесі» деп аталтын үлкен лингвоәлеуметтік категорияның пайда болуына себеп болды. Ал бұл категорияның өзі қазіргі тіл үйрену мен үйретудің негізгі алғышарты болып табылады, өйткені кез келген тілді үйрену үшін алдымен әлемді сол тілде сөйлеушілердің көзқарасымен көруді үйрену керек. Яғни, әр халық пен ұлт әлемді, қоршаған ортаны өз ана тілінің призмасы арқылы көреді, сол себепті тілдегі ұлттық-мәдени бояу халықтың таным-түсінігі, наным-

сенімі, ділі, салт-дәстүрінің ізі болып, тілдегі ойлау категориясын құрайды (Pilipenko, 2018:281) [6]. Сондықтан да, жаңа тілді үйрену – жаңа бір әлемді ашумен, ондағы барлық құбылыстар мен әрекеттерді зерделеп, тілді қолданушылардың танымдық ерекшеліктері мен ұлттық құндылықтарын қабылдаумен тең. Демек, кез келген жаңа тілді үйрену үшін, алдымен бұл тіл ана тілі болып табылатын ұлттың мәдениетімен танысу қажет. Ал бұл қажеттілік өз кезегінде тілді мәдени аспект арқылы оқыту тенденциясын қалыптастырып, әсіресе, полиэтносты қоғамдағы тіл оқытудың басты құралы бола алады.

Зерттеудің әдіснамасы

Жаңа ақпараттық технологиялар мен тіл білімінің жаңа бағыттары, оған қоса антропоэлекті парадигманың жүйеленбей тұрған кезіндегі тіл оқыту үрдісі күнделікті коммуникация барысында қолданылу ықтималдылығы өте аз немесе сол кездегі тарихи жағдайларға негізделіп құралған, қазіргі заман талабында мүлдем өзекті емес мәтіндер мен диалогтар арқылы жүзеге асырылды. Мұндағы басты мақсат – тілдің құрылымын үйретіп, тілдік білім қалыптастыру болды. Ал тек тілдің грамматикалық құрылымын меңгерумен шектелген тыңдаушы, тілдік ортаға түскенде алған білім-білік, дағдыларын қажетіне қарай қолдана алмайды. Өйткені, күнделікті қарым-қатынас тек грамматикалық құрылымдарды меңгерумен ғана емес, түрлі өмірлік ситуацияларда өз ойын еркін жеткізу және сол ситуацияға сәйкес келетін тілдік оралымдарды меңгеру критерийлерін де қамтиды. Тілді дәл осылай тұрмыстық жағдаяттарға байланысты оқыту мәселесі лингвист-жазушы К. Тасибековтің «Ситуативный казахский язык» атты оқулығында қарастырылған. Автордың айтуы бойынша, адамдар арасындағы коммуникация күнделікті өмірдегі белгілі бір тұрмыстық жағдаяттарға байланысты жүзеге асады және отбасылық, ұлттық, дәстүрлі шараларда айтылатын тілдік бірліктерді үйрету қазіргі оқулықтарда қарастырылмаған. Мысал ретінде, бала дүниеге келсе «бауы берік болсын, үлкен азамат болып өссін!», біреудің жақыны қайтыс болғанда «қайырын берсін!» секілді тұрмыстық тілдік оралымдар тіл үйренуді әрі қызықты, әрі алғашқы сабақтардан бастап тыңдаушының тіл байлығын, сөздік қоры мен танымын кеңейте алатынымызды көрсетеді (Тасибеков, 2015:360) [8]. Бұл берілген критерийді қолданысқа қалай

енгізе аламыз деген мәселеге келер болсақ, мысал ретінде келесі диалогты алып қарайық:

«– Сәлеметсіз бе?

– Сәлеметсіз бе?

– Қалыңыз қалай?

– Жақсы, рақмет, өзіңіз қалайсыз?

– Менде де бәрі жақсы, көп рақмет!

– Не жаңалық?

– Айтарлықтай жаңалық жоқ, бәрі баяғыдай.

Ал өзіңізде ше?

– Менде де.....»

Тілдік тұлғалардың күнделікті тілдесім әрекеті көбінесе диалог түрінде жүзеге асатындықтан, мұндай диалогтардың бірнеше үлгісін мысалға келтіруге болады. Қазіргі әдістемеді де жиі берілетін нұсқалардың бірі осындай болып табылады. Әрине, алғаш тіл үйренушілер үшін мұндай диалогтарды коммуникацияға түсіп, әңгімені құрау үшін үлгі ретінде ұсынамыз. Бірақ мұның сыртында қазақтың кемел тілінде сәлемдесу дәстүрінің ерекше орын алатынын, үлкендер мен жастар арасындағы сәлемдесу-амандасу штамптарын ескере отырып, халықтың рухани құндылықтары мен қазіргі сөйлеу тілінде өзекті болып табылатын ерекшеліктерді ескере отырып, төмендегідей түрлендіріп беруімізге болады:

«-Ассалаумағалейкум!

– Уағалейкумассалам, балам!

– Аман-саусыз ба?

– Иә, аманбыз, шүкір! Өздеріңіз қалайсыздар?

– Шүкір деп, үй іші қалай?

– Бәрі есен-сау, күйлі-куатты.....» тәрізді үлгіде құрастырып, алғашқы сабақтан бастап, тілімізді түрлі өмірлік-тұрмыстық жағдаят пен мәдени аспект тұрғысынан оқытуға болады.

Өлемдік нарық пен маркетинг саласы дамыған сайын, осы салаларға қатысты жаңа тақырыптарды қамтитын материалдар мен мәтіндер пайда болады. Тіл үйрету барысында да қазіргі маркетингке сәйкес келетін мәтіндерді алу өте өзекті болып есептеледі, әрі тыңдаушының қызығушылығын арттырып, әлемде болып жатқан соңғы жаңалықтардан хабардар етеді. Нәтижесінде, тіл үйрету барысында алынатын мәтіндер мен оларға қатысты жүргізілетін талдаулардың форматы да жаңарады. Бірақ жанартылған форматтағы оқыту барысында құндылықтарды ескере отырып, тіл үйрету үдерісін ұйымдастыру – өте күрделі жұмыс болып табылады. Өйткені, біз бұл жерде тілді қазіргі бұқаралық мәдениеттің өзгеріске ұшырау жағдайындағы құндылықтарды сақтап қалу мәселесін шарт етіп қоямыз. Осыған

сәйкес, қазіргі нарықтық-экономикалық жағдайда маркетинг пен құндылықтардың интеграциясын ескере отырып, әрі мәдени аспект, әрі экономикалық аспект болып саналатын ұлттық бренд тақырыбын шығара аламыз. Жалпы бренд дегеніміз өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыратын және тиісінше, олардың сатылымы мен пайдасының артуына ықпал ететін жалпы кәсіпкерлік құрылымның материалдық элементтері болуымен қатар, тұтынушының санасындағы сол тауарға қатысты психологиялық, функционалдық, эмоционалдық көзқарасы (Каленская, 2019:125) [9].

Десе де, тілді оқытуда грамматикадан мүлде бас тартуға болмайды. Бұл жөнінде Гоппер мен Трауготтың «Грамматикалау» кітабы жарық көрді. Ғалымдар тілдердің қалай және неге дамитыны туралы қызықты әрі күрделі сұрақтың жауабын грамматикадан іздейді. Сөздердің грамматикалық құрылымын арнайы зерттеп, бұл құрылым грамматиканың негізін қалайтынына мән береді. Олардың дамуын бақылау тілдік жүйенің эволюциясын көрсетеді. Бұл кітаптың ерекшелігі сонда – ол әлемнің 150-ден астам тілінің материалдарын қамтиды және қарапайым және түсінікті терминдермен грамматикаландырудың көптеген маңызды мәселелерін, соның ішінде эволюциялық механизмдерді, эволюциялық факторларды, эволюциялық бағыттарды, заңдылықтар мен күрделі сөйлемдердегі грамматиканың рөліне тоқталады (Норрег, 2013: 153) [10]. Сондықтан тілді оқытуда полицентристік әдісті қолданғанда ұлттық және грамматикалық компоненттерді жымдастыра қолданған дұрыс. Сондықтан біз де тіл үйретуде полицентристік әдісті қолдана отырып, тілдік материалдарды сол ұлттың өзіне тән идиоэтикалық бірліктер, атап айтқанда, қазақ халқы үшін брендке айналған заттық-мәдени бірліктер арқылы оқытуды көздейміз.

Кез келген ұлттың материалдық-рухани құндылығы ұлттық бренд болып есептеліп, мемлекеттің имиджі болып саналады. Яғни, ұлттық бренд халық даралығының символы болып табылады. Қазақтың рухани-материалдық мәдени туындылары, салт-дәстүрі, тұрмыстық заттары, ұлттық тағамдары, әдет-ғұрпы, т.б. ұлттық бренд болып саналады. Кейбір жағдайларда, тіпті, жазудың өзі ұлттық бренд ретінде қалыптасып, тіл үйренуге түрткі бола алады. Мысал ретінде пиктографиялық жазулар, олардың ішінде қытай иероглифтерін, араб жазуларын келтіруге болады. Бұл көрсетілген дүниелердің барлығы өзге ұлт өкіліне жаңа, тың дүниелер

болып есептелгендіктен, тіл үйрету барысын әрі танымдық, әрі ақпараттық деңгейге жеткізіп, осы арқылы тыңдаушының мәдениет арқылы тіл үйренуге деген қызығушылығы мен құлшынысын арттыра түседі. Қазақ халқының ұлттық бренд атағына лайықты кез келген мәдени мұрасын, мәселен «қымыз», «шаңырақ», «шашбау», «бауырсақ», т.б. бөлек бір зерттеудің тақырыбы ретінде алып, тіл үйрету үдерісін сол тақырыпқа сәйкес мәтін негізінде ұйымдастыруға болады. Мәтін мәдениет пен ұлттық құндылық, бренд тақырыптарын тіл үйрету барысында ұтымды пайдалануға, тіл үйренушінің мәдени-танымдық талғамын дамытуға және де болашақта қазақ тілінен аударма жасау ісінде тілдің мәдени-элеуметтік қырларын ескеруге мүмкіндік береді, өйткені «мәтін – мәдениет тілінің синтездік формасына жатады» (Әуезов, 2015:9) [11].

Жоғарыда сипаттағанымыздай, маркетинг саласы неғұрлым дамыған сайын, сәйкесінше мәтіндердің де мазмұны мен форматы соғұрлым түрлене түседі. Тәуелсіздік алғанға дейінгі уақыт аралығында жарияланған әдістемелік құралдар мен қазақ тілін оқытуға арналған оқулықтардағы мәтіндер мен қазіргі оқулықтардағы мәтіндердің мазмұндық айырмашылықтары бар. Бұл ең алдымен, сол кездегі тарихи-элеуметтік жағдайларға байланысты болса, екіншіден, дүниежүзілік даму тенденциясына тәуелді екені белгілі. Мысалы, Қазақ КСР уақытында басылған оқулықтарға назар аударар болсақ, көп жағдайда тілдің құрылымдық ерекшеліктеріне мән беріліп, грамматикаға басымдық берген. Ал мәтіндер сол кездегі талапқа сай совхоз, партия, өндіріс, елдің географиясы тақырыптарында болған. Мәтіндердің дәл осылай заман талабына сай құрылуы – заңды құбылыс. Дегенмен, қазақтың белгілі тұлғалары, тарихта аты қалған ұлы ойшылдары туралы, қазақтың салт-дәстүрі туралы да мәтіндерді мүлдем жоқ деп айта алмаймыз. Мәселен, 1998 жылы басылған «Қазақ тілі: ересектерге арналған жеделдетіп оқыту құралы» деп аталатын жұмыста «Жетігеннің жеті әуені» атты мәтін беріліп, қазақтың ұлттық аспабы жетігеннің шығуы туралы мәлімет негізінде қазақ тілін лингвомәдени аспект арқылы оқытуға болады. Бірақ мәтін көлемінде жүргізілетін жұмыс тек бір тапсырманың аясымен ғана шектелген: «1. Сұрақтар қойыңыздар, пікір алысыңыздар. 2. Жұт жеті ағайынды дегенді қалай түсінесіздер?» (Мұрзалина, 1998:153) [12]. Мәтінге қатысты жаңа сөздер мен тіркестер, оларды меңгеру, осыған сәйкес мәтіналды, мәтін оқу кезіндегі және мәтінсоңы

жұмысы жоқ, тапсырма тек пікіралысу, сұрақ-жауап жүзінде жүзеге асып, басқа әдіс-тәсілдер қолданылмаған. Әрине, оқулық ересектерге қазақ тілін жеделдетіп оқыту мақсатын қойғандықтан және өздігімен тіл үйренуге бағытталғандықтан, мәтіндегі ақпаратқа сәйкес жүргізілетін жұмыс бір-екі тапсырмамен ғана шектелген.

Қазіргі тіл үйрету үдерісінің талаптарын, жаңа технологияларды ескере отырып, ұлттық құндылық пен экономика салаларының интеграциясы болып есептелетін ұлттық бренд тақырыбын тіл үйрету барысында ұтымды пайдалануға болады. Себебі, біріншіден, тақырып қазіргі заманға сай өзекті, екіншіден, тілдің мәдени аспектісін қамтиды, үшіншіден, оқушының өз ойын, идеяларын ұсынуға, проблемалық сұрақтарға жауап беруге, төртіншіден, жаңа ақпарат алып, сол ақпарат негізінде тілдік дағдыларын дамытуға мүмкіндік береді. Тіл үйретудегі басты мақсат – тіл үйренушінің өз ойын еркін жеткізіп, өмірдің барлық саласындағы коммуникативтік қажеттіліктерін қанағаттандыру болғандықтан, тіл үйрету үдерісінде осы мақсаттарды жүзеге асыруға көмектесетін арнайы әдіс-тәсілдер қолданылуы керек. Негізгі тақырыбымыз ұлттық бренд болғандықтан, соған сәйкес мәтін алып, тіл үйрету үдерісін сол мәтін көлемінде іске асырамыз. Мәтін газеттен алынғандықтан, соған сәйкес «танымдық оқылым» әрекетін жүзеге асыра аламыз. Белгілі ғалым, п.ғ.д., профессор Ф.Ш. Оразбаеваның көрсетуінше, «танымдық оқылым дегеніміз – тіл үйренушінің кез келген қызықты, танымдық мәні бар мақала, кітап, газет-журнал т.б. материалды оқып-түсінуі» (Оразбаева, 2005: 104) [13]. Демек, кез келген бренд ең алдымен, тұтынушының қабылдауына, содан соң түпсанасына әсер етеді. Брендтің нақты осы ерекшелігін де тіл үйрету барысында қолдануға болады, дәлірек айтсақ, тыңдаушының қабылдау сигналдарына әсер ете отырып, эмоционалдық атмосфера қалыптастыруға болады.

Осыған сәйкес, ұлттық бренд тақырыбына сәйкес келетін келесідей мәтін алып, соған қатысты танымдық оқылым әрекеті негізінде үш кезеңнен тұратын сабақ ұйымдастырамыз:

• *Бірінші кезең – мәтінмен жұмыс.* Мәтін-алды жұмысында тыңдаушыларды тақырыпқа дайындап, олардың зейінін сабаққа аударамыз. Сабақтың тақырыбын жарияламай тұрып, оқушыларды сөйлеу әрекетіне тарту арқылы сабақтың тақырыбын болжатуға болады. Сәйкесінше, адамның визуалды қабылдау механизміне әсер ету арқылы «суреттер га-

лерясын» ұйымдастыра отырып, тақырыпқа қатысты бірнеше суреттер беріп, «Суреттерде не бейнеленіп тұр? Суреттерге қарап, тақырыпты болжаңыз?» деп сұрақ қоямыз. Суреттердің үлгісі ретінде «ҚР жасалған» деген сияқты ұлттық бренд маркаларын немесе ұлттық нақышы бар заттарды көрсетуге болады. Тыңдаушылар тақырыпты анықтағаннан соң, «Бос микрофон» әдісін қолдана отырып «Ұлт және бренд ұғымдарын қалай түсінесіз? Ұлттық бренд дегеніміз не? Қандай ұлттық брендтерді білесіз?» деген сұрақтар арқылы шағын дискуссия жүргіземіз. Мәтіналды жұмысының ерекшелігі тыңдаушылардың айтылым дағдысын дамытуға, өз ойларымен бөлісіп, пікірталасқа түсуге, осы арқылы коммуниктивтік дағдыларын бекітуге көмектеседі.

• *Екінші кезең – мәтінмен жұмыс.* Бұл кезеңде тыңдаушыларды мәтінмен таныстырып, ұлттық бренд тақырыбын ашатын, «Ақтөбенің ақ тарысы ұлттық бренд атануға лайықты» деп аталатын мақаладан үзінді алып, соның негізінде танымдық оқылымды жүзеге асырамыз. Мақаланың мәтіні: «Қазіргі кезде Ақтөбе тары өндірумен айналысатын еліміздегі жеке-дара өңір болуымен ерекшеленеді. Бұл айрықша мәртебе мұндағы мамандардан терең жауапкершілік пен кәсіби шеберлікті, оны игерудің бұрыннан келе жатқан қыры мен сырын терең меңгеруді талап ететіні талассыз. Тек сонда ғана Ақтөбенің ақ тарысын ұлттық бренд деңгейіне көтеруге жол ашылары анық. Өткен жылы Ойыл ауданындағы кәсібін тары өсіруге негіздеген «Жақып», «Әділет» және «Барыс» секілді шаруа қожалықтары өздері көздеген меже үдесінен шыға білгені үлкен мерей. Бұлардың қай-қайсысы да тарының қадыр-қасиетін жақсы білетін, оның дәруменге өте бай екеніне көздері жеткен еңбек майталмандары екеніне шек келтіру қиын-ақ. Оларды «Бидайдан бір тамғанда, тарыдан екі тамады» деген халық даналығын бойларына сіңіріп өскен даланың перзенттері десе артық емес. Бір қызығы, бүгінде халықаралық зерттеуші-мамандар мен ғалымдар еліміздің батыс өңірінде өсетін далалық дақылды жан-жақты зерттеуге үлкен ынта-ықылас қойып отырғаны байқалады. Ойылдағы тары өсіру тарландарының өнімі дүниежүзілік көрмеде жоғары бағаға ие болғаны осының дәлелі. Сондай-ақ, Ақтөбенің ақ тарысын отандық тағамтану технологтары еліміздің түкпір-түкпіріндегі перзентханалар мен ауруханалардың ас мәзіріне лайықты екенін айқындап отыр. Бүгінде Ақтөбенің ақ тарысын өңделмеген шикі күйінде қолдану дәуірі әлдеқашан өтіп кеткен. Халқымыз «жауынгер

дақыл» деп атап кеткен тарыдан әзірленетін басты өнімдердің бірі – жент. Оның жиырмаға тарта түрін жасап шығаруға болады деседі. Бұл тағамның басты өзгешелігі әрі артықшылығы күннің ыстық кезінде бұзылмайды және ағзада қатып қалмайды» (Құсайын, 2017:1) [14]. Мәтінді

оқып болғаннан соң, сәйкесінше оның мәнін, аудармасын түсіне білу үшін мәтіннің ішіндегі жаңа сөздер мен сөз тіркестерін бөлек көрсетеміз. Тек дайын аудармасын беріп қана қоймай, контекст арқылы аудармаларын есте сақтап, орыс тіліндегі аудармасымен сәйкестендіреміз:

Ақ тары	←	продукция
Меже		витамин
Қадір-қасиет		всемирная выставка
Кәсіби шеберлік		народная мудрость
Кәсіп		сомневаться
Дәрумен	→	просо (вид проса белого цвета)
Терең жауапкершілік		предел
Еңбек майталмандары		герои труда
Шек келтіру		ценность, репутация
Халық даналығы		профессиональное мастерство
Зерттеуші-мамандар		профессия
Өнім		большая (глубокая) ответственность
Дүниежүзілік көрме		специалисты-исследователи

Жоғарыда берілген үлгі бойынша сөздерді аудармасымен сәйкестендіріп, мәтінді аударамыз. Мәтіннің мазмұнымен жұмыс жа-

сау үшін, келесідей жұмыс үлгісін ұсынуға болады:

Мәтіндегі ақпаратты кестеге жазыңыз.

1-кесте

Ақ тары қай өңірде өсіріледі?	Тары кәсібімен айналысатын шаруа қожалықтары	Ақ тарының маңызы қандай деп ойлайсыз?	Осы саланы (тары өсіру) дамыту үшін қандай ұсыныс жасар едіңіз?

Келесі кезекте «Автор не себепті тарыны ұлттық бренд санатына қосу керек деп санайды?» деген проблемалық сұрақ беру арқылы топтық жұмыс ұйымдастырамыз. Ол үшін атақты «ПОПС» формуласын қолданып, төрт сөйлем арқылы әр топтың пікірін тыңдаймыз:

«Бірінші сөйлем «Біздің ойымызша,...»

Екінші сөйлем «Себебі біз оны былай түсіндіреміз:...»

Үшінші сөйлем «Оны біз мына фактілермен, мысалдармен дәлелдей аламыз:...»

Соңғы сөйлем «Осыған байланысты біз мынадай қорытынды шешімге келдік:...»

Мәтінмен жұмыс кезеңінде грамматикалық ережелермен де жұмыс жасап, жаттығулар орындауға болады. Бұл мәтіннің құрылымына сай бірнеше жай сөйлемдерді біріктіріп құрмалас сөйлем құрауға дағдыландыруға болады. Ол үшін мынадай тапсырма бере аламыз:

Мәтіннен алынған жай сөйлемдерді салалас құрмалас сөйлемдерге айналдырып, тиісті шылауларды қойыңыз:

Қажетті жалғаулық шылаулар: себебі, әрі, дегенмен,

«Бұл тағамның басты өзгешелігі әрі артықшылығы: ыстыққа бұзылмайды. Ол ағзада қатып қалмайды.

Ақтөбенің ақ тарысын отандық тағамтану технологтары еліміздің түкпір-түкпіріндегі перзентханалар мен ауруханалардың ас мәзіріне лайықты екенін айқындап отыр. Оның құрамында дәрумен көп.

Бүгінде Ақтөбенің ақ тарысын өңделмеген шикі күйінде қолдану дәуірі әлдеқашан өтіп кеткен. Кейбір өңірлерде бұл әдіс әлі күнге дейін қолданылып келеді».

Осылайша, тыңдаушының тілдік қарым-қатынас барысында тек жай сөйлемдер емес, құрылымы күрделірек құрмалас сөйлемдерді қолдана алуға үйретеді. Әрі мағынасына сәйкес,

қажетті жалғаулық шылауларды да меңгеріп, бекітуге көмектеседі.

• *Үшінші кезең – мәтін соңы жұмыс.* Мәтін соңы жұмыс жалпы мәтін бойынша алынған ақпарат пен соған сәйкес жасалған жұмыстың қорытындысы болғандықтан, бұл кезеңдегі берілетін тапсырмалар мен қолданылатын әдіс-тәсілдер тіл үйренушінің бүкіл мәтін бойынша алған ақпаратын, меңгерген дағдыларын

бекітуге бағытталады. Сол себепті бұл кезеңде мәтіннің мазмұнын айтқызу, тақырыбын өзгерту, жаңа сөздерді пайдалану арқылы мәтін мазмұны бойынша сөйлемдер құрату сияқты дәстүрлі жаттығулармен қатар, «Инсерт», «Иә, жоқ, берілмеген» әдісін қолдану ұтымды болып табылады.

Мәтіндегі негізгі тұжырымдарды «иә, жоқ, берілмеген» әдісі арқылы анықтаңыз:

2-кесте

	Иә	Жоқ	Берілмеген
Бұрын Ақтөбе тары өндірумен айналысатын еліміздегі жеке-дара өңір болуымен ерекшеленетін			
Ақ тарының ұлттық бренд атануы үшін оны өндіру технологияларын толықтай меңгеру қажет			
«Жақып», «Әділет» және «Барыс» секілді шаруа қожалықтары алдағы уақытта үлкен нәтижеге жетері сөзсіз			
Ақ тары дәруменге бай			
Ақ тарыдан жасалған жент адам денсаулығына өте пайдалы			

Міне, ұлттық бренд арқылы оқыту тіл үйренушінің тек коммуникативтік құзыреттілігін ғана емес, үйреніп отырған ел туралы танымын да кеңейте түседі. Сондықтан да ғалымдар лингвоелтанымның басты мақсатын былайша анықтайды: «... түпнұсқа мәтіндерді және серіктесінің сөзін қабылдай отырып, мәдениаралық қатысым актісіндегі коммуникативтік құзіреттілікті қамтамасыз ету» (Бейсенбеков, 2013: 13) [15]. Сондықтан да бренд арқылы оқыту тіл үйренушінің ұлттық-мәдени ерекшеліктерінен нақты көрініс беретін осындай тілдік бірліктерді меңгерту арқылы жан-жақты білім беру болып табылады.

Зерттеу нәтижелері

- қазақ тілін ұлттық бренд арқылы оқыту тіл үйренушінің тілдік дағдыларымен қоса, танымды дамытады;
- тіл үйренушінің сөздік қорын байытып, дұрыс сөйлеуге, тіл мәдениетімен танысуына түрткі болады;
- лингвомәдени бірліктермен танысып, контекст арқылы мағынасын түсінуге, коммуникация барысында қолдануға үйретеді;
- тыңдаушының өздігінен жасайтын жұмысы ретінде «Қазақстанның ұлттық бренді ретінде

қандай тауарды ұсынар едіңіз?» тақырыбына аргументативті эссе беріледі. Тақырыпта пікір, аргумент және соған қатысты сараптама, нақты шешім мен ұсыныстарды беру арқылы тіл үйренушінің ұлттық бренд тақырыбы аясында өз пікірін жазбаша жеткізуге және жаңа тақырып бойынша алған білімін қорытып, бекітуге, болашақта академиялық жазу дағдыларын меңгеруіне септігін тигізеді.

Қорытынды

Қазіргі жаһандану үрдісінде мәдениетаралық коммуникация жетекші орында тұрса, сол коммуникацияны жүзеге асыратын басты құрал – тіл, құрамдас бөлігі – дүниежүзілік тілдердің тоғысуы болып табылады. Осы тоғыста экономикалық, мәдени, ғылыми, ақпараттық-инновациялық, технологиялық, алдыңғы қатарлы IT-техникалық салаларда тәжірибе алмасудың кез келген мемлекет үшін маңызы зор. Ал бұл тәжірибе алмасудың негізгі кілті – тіл. Осыған сәйкес, жыл сайын тіл меңгеруге деген талап пен сұраныс артып келеді. Өйткені өркениетті, дамыған мемлекеттің көрсеткіші – экономикалық жағынан дамуы, озық үлгілі техникалық табыстарға қол жеткізуі ғана емес, халықаралық-мәдениетаралық қатынасты жүзеге асыруы болып табылады (Ермекова, 2020:

211) [16]. Осыған орай, қазақ тілін мәдени-ұлттық аспект арқылы оқыту мәселесі қоғам өмірінің барлық салаларында қарым-қатынасқа түсуге құзыретті тұлға қалыптастыруды көздейтін оқытудың нақты бір стратегиясын әзірлеуді талап етеді. Қазіргі жаһандану үдерісі мен ұлттық-мәдени аспект интеграциясында ұлттық бренд тақырыбын алу арқылы тыңдаушының тілдік дағдыларын ғана емес, мәдени сана-сезімін қалыптастырып, дамытуға көмектеседі. Тіл үйрету үдерісінің басты мақсаты коммуникативтік құзыреттілік қалыптастырып қана қоймай, әлеуметтік-мәдени және прагматикалық аспектілерді қамтитын

тілдік ортада сөйлеуге бағыттау болып табылады. Ұлттық бренд тақырыбына негізделген мәтінмен жұмыс тіл үйрету барысында жаңа сөздер мен лингвомәдени бірліктерді контекст арқылы қабылдап, есте сақтауға, қазақ тілінде ойлау дағдысын қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Мақала Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің Ғылым комитеті 2021-2023 ж. гранты аясында қаржыландырылған АР09259496 «Қазақ тілін сандық ресурстар арқылы ұлттық бренд негізінде меңгерту» жобасы аясында жазылды

Әдебиеттер

- 1 <https://anatili.kazgazeta.kz/news/57708>
- 2 Компанеева Л.Г. Методика обучения иностранному языку одаренных старшеклассников: на материале английского языка: автореферат дисс. на соиск. канд.пед. наук. – Пенза, 2007. – 21 с.
- 3 Саланович Н.А. Лингвострановедческий подход как средство повышения мотивации при обучении иностранным языкам в старших классах средней школы: На материале фр. яз. – М., 1995. – 180 с.
- 4 Оразалиева Э.Н. Когнитивтік лингвистика: қалыптасуы мен дамуы: ғылыми монография. – Алматы, «Ан Арыс» баспасы, 2007. – 312 б.
- 5 Ezikov Svyat. Bilingualism and identity – The relationship between language, culture and behavior // PANEVA. Volume 18, Issue 3, 2021, Pages 119-126.
- 6 Pilipenko, G.P. The Ukrainian language in Argentina and Paraguay as an identity marker // Slovene Откритый доступ Volume 7, Issue 1, 2018, Pages 281-307.
- 7 Enrique Quero Hervilla – Natalia F. Mikheeva – Lilia V. Moiseenko. National variability in the teaching of Spanish in Russia // XLinguae, Volume 11, Issue 2, April 2018, ISSN 1337-8384, eISSN 2453-711X, p. 655-671. DOI: 10.18355/XL.2018.11.02.52.
- 8 Тасибеков К. Ситуативный казахский. Мир казахов. – Алматы: ИП «Такеева А.Б.», 2015. – 270 с.
- 9 Каленская Н.В., Антонченко Н.Г. Брендинг. – Казань: «Абзац», 2019. – 125 с.
- 10 Paul J. Hopper □ Elizabeth Closs Traugott. Grammaticalization // Language and Linguistics Monograph Series 51 <http://www.ling.sinica.edu.tw/LL/en/monographs>.
- 11 Әлемдік мәдениеттану ой-санасы. Он томдық. 6-том. Тіл мен мәдениет. – Алматы: Жазушы, 2005. – 568 б.
- 12 Мұрзалина Б., Нұркеева С., Нұрғазина Г., Сағындықова М., Байтасова С. Қазақ тілі: (Ересектерге арналған жеделдетілген оқыту құралы). – Алматы: Ана тілі, 1998. – 265 б.
- 13 Оразбаева Ф. Тілдік қатынас негіздері: оқулық. – Алматы: Print-S, 2005. – 147 б.
- 14 Құсайын, Т. Ақтөбенің ақ тарысы ұлттық бренд атануға лайықты [Мәтін] / Т. Құсайын // Egemen Qazaqstan (Егемен Қазақстан). – 2017. – № 34. – 17 ақпан. – 1,5 б.
- 15 Бейсенбекова Г.Т., Ныязбекова К.С. Қазақ тілін лингвоелтанымдық бағытта оқыту // <https://pedagogika.snauka.ru/>
- 16 Ермекова Т., Мырзабай А. «Екінші тіл» терминіне берілген социолінгвистикалық анықтамалардың салыстырмалы сипаты // VII ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI ARAŞTIRMALARI SEMPOZYUMU. 20-23 EKİM 2020 – NİĞDE. 210-219 б.

References

- Álemdik mádeniеттанu oi sanası (2005). On tomдық. 6-tom. Til men mádeniet. [World Cultural Studies of thought consciousness. Ten volumes. Volume 6. Language and culture]. Almaty: Jazushi, pp. 568. (In Kazakh)
- Beisenbekova G.T, Niyazbekova K.S. Qazaq tilin lingvoeltanımdıq baғыtta oqıtu. [Teaching the Kazakh language in the Linguo-linguistic direction] <https://pedagogika.snauka.ru> (In Kazakh)
- Enrique Quero Hervilla, Natalia F. Mikheeva, Lilia V. Moiseenko (2018) National variability in the teaching of Spanish in Russia. XLinguae, Volume 11, Issue 2, April 2018, ISSN 1337-8384, eISSN 2453-711X, pp. 655-671. DOI: 10.18355/XL.2018.11.02.52
- Ezikov Svyat (2021) Bilingualism and identity. The relationship between language, culture and behavior. PANEVA. Volume 18, Issue 3, pp.119-126
- Kalenskaya N. V., Antonchenko N. G. (2019.) Brending [Branding]. Kazan: «Paragraph», pp.125. (In Russian).
- Kompaneeva L.G. (2007) Metodika obucheniya inostrannomu yazyiku odarenyih starsheklassnikov: na materiale angliyskogo yazyika. Avtoreferat diss. na soisk. kand.ped nauk [Method of teaching a foreign language by trained senior officials: on the material of the English language]. Pyatigorsk, p.21. (In Russian).

- Murzalina B., Nurkeeva S., Nurgazina G., Sagındıqova M., Baitasova S. (1998) Qazaq tili (Eresekterge arnalǵan jedeldetip oqıtu quralı). [Kazakh language (accelerated learning tool for adults)]. Almaty, Ana tili, pp. 265 bet. (In Kazakh)
- Orazalieva E. N. (2007) Kognitivtik lingvistika: kalıptasuı men damuı. Gıلمي monografiya [Cognitive linguistics: formation and development. Scientific monograph]. An Arys baspası, Almaty, p.312 . (In Kazakh)
- Orazbayeva F. (2005) Tildik qatynas negizderi. [Fundamentals of language communication: textbook]. Almaty, Print-S, pp.147. (In Kazakh)
- Paul J. Hopper□Elizabeth Closs Traugott. Grammaticalization. Language and Linguistics Monograph Series 51<http://www.ling.sinica.edu.tw/LL/en/monographs>
- Pilipenko, G.P. (2018) The Ukrainian language in Argentina and Paraguay as an identity marker. Slovenian access volume 7, Issue 1, pp.281-307
- Qusayın, T. (2017) Aqtóbeniń aq tarısı ulttıq brend atanuǵa laıyqty [Mátin]. [White millet of Aktobe is worthy of becoming a national brand [text]]. Egemen Qazaqstan (Egemen Kazakhstan), No. 34. February 17. pp.1,5. (In Kazakh)
- Salanovich N. A. (1995) Lingvostranovedcheskiy podhod kak sredstvo povyisheniya motivatsii pri obuchenii inostrannim yazykam v starshih klassah sredney shkoly: Na materiale fr. yaz [Linguostranovedic approach as a means of increasing motivation for teaching foreign languages in the senior classes of secondary schools: in the material of Fr. language]. Moscow, p.180. (In Russian).
- Tasibekov K. (2015) Situativnyiy kazahskiy. Mir kazahov [Situational Kazakh. The world of Kazakhs]. IP «Takeeva A. B.», pp.270. (In Russian).
- Tokayev, K. (2020) Kazak khalkının taǵdın tarikh tarazysında tur [The fate of the Kazakh people is on the scales of history]. <https://anatili.kazgazeta.kz/news/57708>. June 26. pp.1-2. (In Kazakh)
- Yermekova T., Mırzabai A. (2020) «Ekinshi til» terminine berilgen sotsiolingvistikalıq anıqtamaların salıstırmalı sipatı. [Comparative nature of sociolinguistic definitions given to the term] Second Language «. YII ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI ARAŞTIRMALARI SEMPOZYUMU. 20-23 EKİM – NİĞDE. pp.210-219 (In Kazakh)