

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

**ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ**

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ СЕРИЯСЫ
1997 ЖЫЛДАН БАСТАП ШЫҒАДЫ



**ВЕСТНИК
ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТА**

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ СЕРИЯ
ИЗДАЕТСЯ С 1997 ГОДА

ISSN 2710-2661

№ 3 (2021)

ПАВЛОДАР

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайгыров университета**

Педагогическая серия
выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

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

№ KZ03VPY00029269

выдано

Министерством информации и коммуникаций
Республики Казахстан

Тематическая направленность

публикация материалов в области педагогики,
психологии и методики преподавания

Подписной индекс – 76137

<https://doi.org/10.48081/FQUO1167>

Бас редакторы – главный редактор

Бурдина Е. И.

д.п.н., профессор

Заместитель главного редактора

Абыкенова Д. Б., *PhD доктор*

Ответственный секретарь

Нургалиева М. Е., *PhD доктор*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Пфейфер Н. Э.,

д.п.н., профессор

Жумагаева Е.,

д.п.н., профессор

Абибулаева А. Б.

д.п.н., профессор

Фоминых Н. Ю.,

д.п.н., профессор (Россия)

Снопкова Е. И.,

к.п.н., профессор (Белоруссия)

Мирза Н. В.,

д.п.н., профессор

Донцов А. С.,

доктор PhD

Шокубаева З. Ж.,

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/SWWE8582>

***Б. Молдағали¹, Л. Ә. Ибраймова², Д. Ж. Рысқұлбек³**

¹Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.;

^{2,3}Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

*Мақала Қазақстан Республикасы Білім және ғылым
министрлігінің Ғылым комитеті 2021-2023 жс. гранты
аясында қаржыландырылған
AP09259496 «Қазақ тілін сандық ресурстар
арқылы ұлттық бренд негізінде меңгерту»
жобасы аясында жазылды.*

БРЕНД АРҚЫЛЫ ҚАЗАҚ ТІЛІН МЕНҒЕРТУДІҢ ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІС-ТӘСІЛДЕРІ

Мақалада бренд арқылы қазақ тілін меңгерудің педагогикалық әдістері сандық технологиялардың дамыған уақытында әлемдік өзгерістерге сай әдіс-тәсілдер қарастырылады. Тіл білімі даму прогресінен өте келе, қазір адамның ішкі менталдық табиғаты мен ойлау механизмдеріне ойысты. Қазақ тіл білімінде тілдік зерттеулер танымдық деңгейге көтеріліп, оны меңгерту жолдарын ұлттық ерекшелігі, менталдық сипаты, ұлттық құндылықтары арқылы табуда.

Қазақ тілін мемлекеттік тіл ретінде оқытып, меңгерту әдістемесін қазіргі заманға сай жаңа технологиялар негізінде оқытудың мазмұнын жаңаша құру заман талабы болып отыр. Осымен байланысты қазақ тілін екінші және шет тілі ретінде меңгертуде бірқатар қиындықтар туындап отыр. Нақтылап айтқанда, олар интернет желісіндегі тілді өз бетінше үйренуге арналған ресурстардың аздығы, әдістемелік тәжірибелердің кең тарамалуы. Осы тұрғысынан мемлекеттік тілді қазақстандықтар мен шетелдіктерге өз бетінше ұлттық бренд негізінде, сандық ресурстар арқылы меңгертудің теориялық-тәжірибелік, әдіснамалық,

әдістемелік негіздерін жан-жақты зерттеп-зерделеу алғаш қолға алынып отыр.

Мақалада тілді онлайн оқытудың тиімділігінің бірі – оқыту аудиториясын кеңейтіп, масштабтау мүмкіндігін, және нысандағы аудиторияның кез келгенін таңдай отырып тілді меңгертуге интернет ресурстардың әлеуеті жеткіліктігі айтылады. Сонымен қатар, ұлттық ерекшелігімізді, барынша дәстүрімізді дәріптеу негізгі мүдде етіп алынды.

Кілтімі сөздер: бренд, интернет, онлайн курс, ұлттық платформа, электронды курстар

Кіріспе

Онлайн оқытудың тиімділігінің бірі – оқыту аудиториясын кеңейтіп, масштабтау мүмкіндігі. Нысандағы аудиторияның кез келгенін таңдай отырып тілді меңгертуге интернет ресурстардың әлеуеті жеткілікті. Атап айтар болсақ, қазіргі уақытта YouTube бейне хостингі, TikTok, Instagram, Facebook желілері арқылы толыққанды контенттер жүктеп, тікелей эфирлер өткізіп, байланыс орнату мүмкіндігі зор. Онлайн оқытудың аудиториясы өте кең. Жасы, жынысы, тілі, ұлты әр түрлі аудиторияның нысанын дұрыс таңдау арқылы оқыту материалдарын құрастыра аламыз. Әсіресе экономикада нені құндылық ретінде көрсетеміз? әлемдік деңгейге қандай бренспен таныламыз? деген сұрақтар көп қойылады. Ұлттық ерекшелігімізді, барынша дәстүрімізді дәріптеу негізгі мүдде етіп алынды.

Материалдар мен әдістер

Тілді интернет ресурстары арқылы оқыту соңғы жылдары жоғары қарқынға ие болып отыр. Жаһанданған интернет жүйесін тілді меңгертуге тиімді қолдану негізінде, тіл үйренушілердің сөйлеу әрекетінің барлық түрінде де біліктілігін қалыптастыруға болады, сөздік қорын байытуға мүмкіндік туады. Сандық ресурстарды пайдалана отырып, тілін үйренуші елдің өкілдерімен байланысқа түсіп ғана қоймай, сол елдің мәдениетімен, салт-дәстүрімен, тұрмыс-тіршілігімен танысуға мүмкіндік туады. Табиғи тілдік ортада тілді қарым-қатынас құралы ретінде қолдана отырып, тіл үйренушілер айтылымдарға спонтанды түрде, түрлі тілдік формулаларды қолдана отырып, жылдам жауап беруге дағдыланады. Қазақ тілін қашықтан оқыту курстары және тілді дамыту қорлары да ашылған. Мысалы, Қазақстан Республикасының тұңғыш президентінің қоры, Самрұқ Қазына және Samsung компаниясының қолдауымен жасалған Soyle.kz порталында қазақ тілін онлайн оқып үйренуге болады. Онда ұялы телефондарға арналған қосымшасы, тақырыптық сөздіктер қамтылып, балаларға арналған «Bala.

soyle.kz» порталы жеке құрылған. Тіл мәселесімен айналысатын Kaz-tili.kz, Emle.kz, Tilalemi.kz, Tilmedia.kz, Тіл-құрал, Qijat.kz тағы басқа сайттар мен порталдарды айтуға болады.

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі Тіл саясаты комитеті Ш. Шаяхметов атындағы «Тіл-Қазына» ұлттық ғылыми-практикалық орталығының қолдауымен республикадағы Тіл оқыту орталықтары қазақ тілін және басқа да тілдерді қашықтан оқытуды қолға алып отыр. Бүкіл Қазақстанның түкпір-түкпірінен қазақ тілін үйренем деушілерге арнап 98 орталық ашылған [1, 221 б.].

Ақпараттық технология дамыған кезде тілдік өзгерістер лексикалық та, синтаксистік деңгейде де болады. Сондықтан тілдің табиғи түпнұсқасына нұқсан келтірмейтін интернет тілін жасау маңызды. Мемлекеттік тілді дамыту институтының сайтында жарияланып, «қазақ тілінің интернет кеңістігінде бейімделуіне» байланысты жазылған мақалада «интернет тіліне байланысты «Intil» жобасын ұсынуға [2].

Еліміздегі аяқасты онлайн оқытудағы жасалған тәжірибесі WhatsApp және Telegram желісінде арқылы өткен болатын. Халық басқа платформаларды пайдалануды білмеді немесе құрылғылары ол бағдарламалармен жұмыс жасауға күші жетпеді. WhatsApp-хабарламалар мен Instagram әлеуметтік желісін пайдаланушылардың саны күрт өсуде. Ішінара Facebook желісі арқылы түрлі ақпараттар жылдам тарайтын болған. Мұндай ақпараттардың көпшілік дені орфографиялық сауатсыз жазылады. Жиі көрінген қате адамның санасында жатталып, қалыпты нәрсеге айналуы мүмкін. Яғни солай жазылуы тиіс деген өздігінен шешім шығарып, әдеби тілдің жазу нормаларына бекіткен ережені білмейді. Ол үшін әлеуметтік желілер арқылы сауат ашатын контенттер дайындап, тегін тарататын болса, грамматикалық сауатсыздықтың біраз алдын алар еді.

Шетелдік ғалымдар мобильді құралдарды жастар көп пайдаланатындықтан әлеуметтік желілердің мүмкіндігін пайдаланып, өзара SMS жазғызу арқылы тіл меңгертуді ұсынуға [3].

Нәтижелер мен талқылаулар

Бренд мәдениет ұғымымен тығыз байланысты. Американдық мәдениеттанушы зерттеуші Билл Тайлор брендті мәдениетпен теңестірген, яғни бренд елді танытатын құрал ретінде анықталған [4]. Осы мәселе тұрғысынан шетелдіктерге тілді меңгертуде лингвоелтанымдық қағидатқа басымдық бере отырып, қазақстандық танымал, белгілі тұлғалар мен танымал тауарлар туралы білім мазмұны анықталатын. Сондықтан тіл үйретуде ұлттық брендті пайдалану, оны жаңа оқыту технологиялары арқылы

менгертіп, сол арқылы мемлекеттің имиджін көтеру, елді таныту мәселелері арнайы зерттелмеген.

Ұлттық құндылықтар ретінде көбіне мақал-мәтелдер, сөз орамдары, салт-дәстүрлер, акын-жырауар тілі т.б. негізінде оқыту басымырақ. Алайда нәтиже көрсеткендей, ұлттық құндылықтарды тікелей дәріптегеннен гөрі жанама түрде немесе жасырын дәріптеу тиімдірек. Ол тілді дәстүрлі оқыту әдістемесі немесе салт-дәстүрді жарнамалау емес. Нейролингвистикалық бағдарламалау мен нейромаркетингтік болжамдар негізінде түрлі контенттер дайындауды керек етеді. Реципиенттер керексіз деген ақпаратты есіне сақтауға ұмтылмайды. Қандай ақпаратты пайдалы, қызық деп санаса ғана еске сақтауға тырысып, соған сай әрекет жасайды. Жасырын түрде адамның бейсаналы ойлауына әсер ету – әлемдік маркетингте және НЛБ-да (нейролингвистикалық бағдарламалау) қолданылатын ең танымал әрі нәтижелі әдіс. Бір тақырыптағы ақпаратты бірнеше рет қабылдаған соң, жадының ұзақ мерзімді бөлігі жұмыс жасап, қысқа мерзімді жадыдан ұзақ мерзімді жадының қорына өтеді.

Әлеуметтік желілерге анализ жасап көргенімізде көбіне көңіл көтеретін, жеңіл, миға күш түсірмейтін контенттердің қаралым саны көп болады. Ондай контенттердің қатарына танымал адамның жеке өмірі, тамақ, табиғат, әзіл-оспақ, ерекше оқиғалар жатқызылады. Ал арнайы білім беру мақсатында түсірілген контенттердің қаралымы аз. Сондықтан білімді тікелей үйрететін контенттерден бас тартып, тіл меңгерту үшін жанама, астыртын білім беру арқылы видеоны көрушінің талғамына сай құру қажеттілігі туындауда.

Қазіргі кезде тілді екінші тіл ретінде оқыту әдістемесінде видеоконференция, жеке ақпараттарды жарыққа шығару мүмкіндігі (Web), ақпараттық каталогтар (Yahoo, InfoSeek/ UltraSmart, Galaxy) іздеу жүйесі (Alta, Vista, HotBob, Open Text), жүйе ішіндегі әңгіме (Chat) т.б. сандық ресурстар кең көлемде қолданыста. Бұған дейінгі дәстүрлі оқытуда тіл үйренушілер тілдік жаттығуларды жасап, қажетті материалды жаттаумен ғана шектелетін. Бұл әдіс тілді қарым-қатынас құралы ретінде меңгеруге толық мүмкіндік бермейді. Ол үшін, яғни тілдік қарым-қатынасқа үйретуде шынайы, өмірлік жағдаяттар туындату қажет. Сондықтан жоба жұмысының жоспары бойынша отандық ғалымдардың интернет ресурстарын тіл үйретуде қолданудың тиімділігі туралы жариялаған еңбектері жинақталып, талдау жұмыстары жасалды. Нақтырақ айтқанда, Қазақстандық имидждік даму жолдарын анықтап берген, аймақтық мәдениет брендтерінің өзекті мәселелерінің шешу жолдарын қарастырған еңбектерден К. С. Ермағанбетова [5], Е. Мелсұлы [6], К. С. Ермағанбетова, Ж. М. Макимбаева [7], Т. Ермакова,

Н. Ильясова, Ф. Шойбекова [8], Ф. Оразбаеванын [9] еңбектері зерделеніп, басшылыққа алынды.

Брендті негізге ала отырып оқыту үшін тілді меңгертуге трансформациялау арқылы маркетинг пен нейроғылымның төмендегідей әдіс-тәсілдерін әкелеміз:

– «Жеті рет жанасу» теориясы арқылы адамдардың санасына сіңіріп және стереотип қалыптастырады;

– Ассоциация әдісі.

– Фреймдер құру. «Дағдылы әдеп, қылықтар жүзеге асатын таптаурынды ситуацияларды білдіруде ыңғайлы құрылым болып табылады» [10, 35 б.].

– Архетипке сүйену әдісі. Ұжымның бейсанасында болатын, белгілі бір объектілер мен жағдаяттарға қатысты тұлғаны алдын ала сезініп, белгілі бір бейнеде ойлауға әкелетін образдар мен символдар.

– «Батыру» әдісі (The Immersion Method). Әдетте тілді меңгерту үшін «тілдік орта» қалыптастырады. Тек бір тілде сөйлеуге мәжбүр болғандықтан адам тез үйреніп кетеді. Бұл әдістің тиімділігі сонша – сол тілде ойлай алатын болады. Бұл бейсаналы түрде ақпараттың қайталануының нәтижесінде жатталып қалған сөздер мен сөйлемдердің жиынтығы деп пайымдаймыз [1, 222 б.]

Оқылым, жазылым, айтылым, тыңдалым, сонымен қатар ғалым Ф. Оразбаеваның ұсынуы бойынша сөйлесімді (орысшадан аударғанда «говорение») қосқанда, сөйлеу әрекетінің осы бес түрі бүкіл әдіс-тәсілдердің қайнар көзі [10; 29]. Бұрынғы және қазіргі білім жүйесі осы сөйлеу әрекетінің түрлерін негізге алып оқытады. Өзге тілді аудиторияға қазақ тілін онлайн оқытатын курстардың барлығы дерлік осы әдісті ұстанады. Ендігі уақытта жаңаша форматқа ауысып, сандық ресурстардың көмегімен нейролингвистика әдістеріне көшу қажеттігі туды. Бұл өз кезегінде өзге тілді, оның ішінде шетелдік аудиторияға басқа бағытта жұмыс жасайтындығымызды көрсетеді.

Қаржылық ақпарат: ҚР БҒМ Ғылыми және (немесе) ғылыми-техникалық жобалар бойынша гранттық қаржыландыру (2021–2023 ж.)

Қорытынды

18 бен 60 жас аралығындағы нысаналы аудиторияға арнап, сюжетті-бейнелер жасалып жатыр, болашақта таратылады болады. Электронды оқулық пен, аудиоподкастарға авторлық құқық алынып, сатылымға шығарылады деп күтілуде.

Бренд қалыптастыру арқылы қазақ тілін меңгертсе, қазақ тілінің мәртебесі артады, танымалдылық күшейеді. Есесіне елдің экономикасын дамытуға септігі тиеді.

Пайдаланған деректер тізімі

1 **Ибраймова, Л., Молдағали, Б.** Бренд негізінде тілді меңгерту [Мәтін] // Наука и жизнь. – № 9. – 2020. – 220–224 б.

2 **Слямбеков, Қ.** Қазақ тілінің интернет кеңістігіне бейімделуі [Мәтін] – Intil. https://mtdi.kz/e/til_sayasaty/id/164/q/2#

3 **Ahmed, R., Al-kadi, A., & Nagar, T.** (Eds.) Language learning: emerging research and opportunities [Мәтін] 2020 ISBN: 9781799821168 –[Электронный ресурс]. <http://hdl.handle.net/10125/44724> // Language Learning & Technology ISSN 1094-3501 June 2020, Volume 24, Issue 2 pp. 44–47 BOOK REVIEW DOI 10125/44724

4 **Тайлор, Б.** Бренд-это культура, культура – это бренд [Мәтін] – [Электронный ресурс]. <https://hbr-russia.ru/other/other/p17815/>. 23.06.2016

5 **Ермаганбетова, К. С.** Қазақстандағы мәдени брендинг: теориялар мен тәжірибелер. Философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация [Мәтін]. – А., 2019.

6 **Мелсұлы, Е.** Абай арқылы ағылшынша үйрен [Мәтін]. –[Электронный ресурс]. <https://24.kz/kz/zha-aly-tar/m-denie/item/370123-abaj-ar-uly-aylshynsha-jren>

7 **Ермағанбетова, К. С.** Мақимбаева Ж.М. Киелі орындар өңірді брендiлеу құралы ретінде [Мәтін]. // ҚазҰУ Серия философия, мәдениеттану, саясаттану. – 2017. – № 1. – 221–230 б.

8 **Ермекова, Т., Ильясова, Н., Шойбекова, Ф.** Коммуникация үдерісіндегі тілдік бірліктер [Мәтін]. (1,2 -том) Монография. – Алматы, Нур-принт, 2013. – 255–212 б.

9 **Оразбаева, Ф.** Тілдік қатынас : теориясы және әдістемесі [Мәтін]. – Алматы : Ы. Алтынсарин атындағы Қазақтың білім академиясының Республикалық баспа кабинеті, 2000. – 208 б.

10 **Мәдиева, Г. Б. және т.б.** Когнитивтік лингвистика теориясы: оқу-әдістемелік құралы [Мәтін]. / Г. Б. Мәдиева., А. Қ. Таусоғарова., А. М. Досанова. – Алматы : Қазақ университеті баспасы, 2014. – 63 б.

References

1 **Ibraimova, L., Moldaǵalı, B.** Brend negizinde tildi meńgertý [Brand-based language learning] [Text] // Naýka ı jızn. – № 9. – 2020. – 220–224 b.

2 **Slıambekov, Q.** Qazaq tiliniń internet keńistigine beıimdelýi [Adaptation of the Kazakh language to the Internet] [Text] – Intil. https://mtdi.kz/e/til_sayasaty/id/164/q/2#

3 **Ahmed, R., Al-kadi, A., & Hagar, T.** (Eds.) Language learning: emerging research and opportunities [Language learning: emerging research and opportunities] [Text] 2020 ISBN: 9781799821168. – [Electronoc resource]. <http://hdl.handle.net/10125/44724> // Language Learning & Technology ISSN 1094-3501 June 2020, Volume 24, Issue 2 pp. 44–47 BOOK REVIEW DOI 10125/44724

4 **Taylor, B.** Brend-eto kýtlyra, kýtlyra – eto brend [A brand is a culture, a culture is a brand] [Text] – [Electronoc resource]. <https://hbr-russia.ru/other/other/p17815/>. (Date of access 23.06.2016)

5 **Ermaganbetova, K. S.** Qazaqstandaǵy mádeni brending: teoriıalar men tájiribeler [Cultural branding in Kazakhstan: theories and practices] [Text] Filosofıa doktory (PhD) dárejesin alý úshin daıyndaılǵan disertatsıa. – A., 2019.

6 **Melsuly, E.** Abai arqyly aǵylshynsha úren [Learn English through Abay] [Text] – [Electronoc resource]. <https://24.kz/kz/zha-aly-tar/m-denie/item/370123-abaj-ar-yly-a-ylshynsha-jren>

7 **Ermaganbetova, K. S., Makimbaeva, J. M.** Kíeli oryndar ónirdi brendileý quraly retinde [Holy places as a means of branding the region] [Text] // QazUÝ Serıa filosofıa, mádenıettanı, saıasattanı. 2017. – № 1. – 221–230 p.

8 **Ermekova, T., Iıasova, N., Shoıbekova, Ğ.** Kommúnıkatıa úderisindegi tildik birlikter [Linguistic units in the process of communication] [Text] (1,2 -tom) Monografıa. – Almaty : Nыр-print, 2013. – 255–212 p.

9 **Orazbaeva, F.** Tildik qatynas: teoriıasy jáne ádistemesi [Linguistic communication: theory and methods] [Text] – Almaty : Y. Altynsarın atyndaǵy Qazaqtıń bilim akademıasynyń Respýblikalyq baspa kabıneti, 2000. – 208 p.

10 **Mádieva, G. B. jáne t.b.** Kognıtvık lingvıstıka teoriıasy: oqý-ádistemelik quraly [Theory of cognitive linguistics: textbook] [Text] / G. B. Mádieva., A. Q. Taýsoǵarova., A. M. Dosanova. – Almaty : Qazaq únıversiteti baspasy, 2014. – 63 p.

Материал 09.09.21 баспаға түсті.

**Б. Молдағали¹, Л. А. Ибраймова², Д. Ж. Рыскулбек³*

¹Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Республика Казахстан, г. Алматы;

^{2,3}Казахский национальный женский педагогический университет, Республика Казахстан, г. Алматы.

Материал поступил в редакцию 09.09.21.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ ОВЛАДЕНИЯ КАЗАХСКИМ ЯЗЫКОМ С ПОМОЩЬЮ БРЕНДА

В статье рассматриваются педагогические методы овладения казахским языком через бренд, методы и приемы, соответствующие мировым изменениям во время развития цифровых технологий. Языковое образование, пройдя через прогресс в развитии, в настоящее время переместилось на внутреннюю ментальную природу человека и механизмы мышления. В казахском языкознании языковые исследования поднялись на познавательный уровень, находя пути их освоения через национальную специфику, ментальный характер, национальные ценности.

Требованием времени является составление нового содержания обучения на основе новых технологий для создания методики обучения казахскому языку как государственному. В связи с этим возникает ряд трудностей в обучении казахскому языку как второму и иностранному. В частности, это недостаток ресурсов для самостоятельного изучения языка в сети интернет, недостаточное распространение методических практик. С этой точки зрения впервые проводится изучение теоретико-практических, методологических, методических основ самостоятельного изучения государственного языка казахстанцами и иностранцами на основе национального бренда, посредством цифровых ресурсов.

В статье рассказывается об одной из эффективных возможностей онлайн-обучения языку-возможности расширения и масштабирования обучающей аудитории, и достаточности потенциала интернет-ресурсов для овладения языком, выбирая любую из существующих аудиторий. Кроме того, основной интерес представляет популяризация национальной самобытности, традиций.

Ключевые слова: бренд, интернет, онлайн-курс, Национальная платформа, электронные курсы

**B. Moldagali¹, L. A. Ibraimova², D. Zh. Ryskulbek³*

¹Abai Kazakh National Pedagogical University,
Republic of Kazakhstan, Almaty;

^{2,3}Kazakh National Women's Teacher Training University,
Republic of Kazakhstan, Almaty.

Material received on 09.09.21.

PEDAGOGICAL METHODS AND TECHNIQUES OF MASTERING THE KAZAKH LANGUAGE WITH THE HELP OF A BRAND

The article discusses the pedagogical methods of mastering the Kazakh language through the brand, methods and techniques that correspond to global changes during the development of digital technologies. Language education, having passed through progress in development, has now moved to the inner mental nature of a person and the mechanisms of thinking. In Kazakh linguistics, language studies have risen to the cognitive level, finding ways to master them through national specifics, mental character, national values.

The requirement of the time is to compile a new content of training based on new technologies to create a methodology for teaching the Kazakh language as the state language. In this regard, there are a number of difficulties in teaching Kazakh as a second and foreign language. In particular, this is a lack of resources for self-study of the language on the Internet, insufficient dissemination of methodological practices. From this point of view, for the first time, the theoretical and practical, methodological, methodological foundations of independent study of the state language by Kazakhstanis and foreigners on the basis of the national brand, through digital resources, are being studied.

The article describes one of the effective possibilities of online language learning-the possibility of expanding and scaling the training audience, and the sufficiency of the potential of Internet resources for mastering the language, choosing any of the existing audiences. In addition, the main interest is the popularization of national identity and traditions.

Keywords: brand, internet, online course, National platform, e-courses.

Теруге 09.09.2021 ж. жіберілді. Басуға 30.09.2021 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

4,31 Мб RAM

Шартты баспа табағы 28,0.

Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген З. С. Исакова

Корректоры: А. Р. Омарова

Тапсырыс № 3810

Сдано в набор 09.09.2021 г. Подписано в печать 30.09.2021 г.

Электронное издание

4,31 Мб RAM

Усл.п.л. 28,0. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка З. С. Исакова

Корректор: А. Р. Омарова

Заказ № 3810

«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.

8 (7182) 67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

pedagogic-vestnik.tou.edu.kz