



МРНТИ19.01.11

Научная статья

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-145-161>

## Современные виртуальные риторы: синтез традиционных и новых практик

Л.И. Мухамадиева\*<sup>ORCID</sup>, Г.Ж. Ибраева<sup>ORCID</sup>, К.А. Ауесбай<sup>ORCID</sup>

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

(E-mail: \*Larissa\_2300@mail.ru, Galiya.Ibrayeva@gmail.com, Kanat.Auyesbay@kaznu.edu.kz)

**Аннотация.** В статье исследуются языково-стилистические приемы современных «цифровых» ораторов: блогеров, подкастеров, насколько отличаются они от наработок традиционной риторики. Эмпирической базой исследования стали более 50-ти видеоматериалов платформы YouTube.com на трех языках – казахском, русском, английском, что позволило провести сравнительный анализ стилистических и языковых приемов блогосферы. Методы исследования: наблюдение, сравнение, контент-анализ, эксперимент. В результате было выявлено, что риторы-ораторы выделяются своим лаконичным слогом, просветительской направленностью сообщений, использованием «либеральной» лексики, упрощенного синтаксиса. Доказано, что существует прогрессивная зависимость частоты использования стилистических приемов от количества подписчиков. Определено, что современными риториками используется «интернет-стиль», в античности его бы отнесли к низкому или обыденному стилю. Выявлены основные алгоритмы паттернов развития стилистических подходов к речи в цифровых медиа: стремление к краткости, метафоричности идей, вовлечению языковых техник коммуникации, которые не имеют этнических преимуществ.

**Ключевые слова:** стилистика, цифровые технологии, риторика, блогосфера, медийная коммуникация, Казахстан

### Введение

К началу XXI века произошли кардинальные изменения в языке и стиле устной речи. Разговорность явно превалирует над книжностью. Связано это с общественными изменениями, а также с внутри языковыми процессами, что привело в целом к упрощению языка. Авторы цифровой среды свободно смешивают различные функциональные стили и активно «либерализируют» язык. Особенно наглядно эти процессы происходят в онлайн-среде, блогосфере.

Поступила: 3.05.2025; Принята: 21.05.2025; Доступна онлайн: 28.06.2025

На этом фоне актуальным становится изучение подходов к выбору языковых и стилистических средств блогерами, участниками цифровой коммуникации, формирующими коммуникацию через аудио- и визуальные источники, в соответствии с концепцией «пяти» экранов [1], формируя новые языковые правила и способы общения.

### **История блогерства в Казахстане**

Первые блоги с началом цифровизации стартуют по всему миру. В Казахстане любительские блоги зарождаются в 2004 году [2]. Только к 2010 году оформляются блоги по направлениям, которые можно классифицировать следующим образом: общественно-политические (лидеры общественного мнения), производители лайф-стайл-контента (истории успеха), отраслевые блоги: кулинарные, медицинские, музыкальные, автомобильные и др.

По данным Комитета государственных доходов [3], в Казахстане в 2025 году насчитывается 745 блогеров (инфлюенсеров), зарегистрированных и имеющих более 20 тысяч подписчиков в социальных сетях. Эти данные подтверждают экономическую значимость сектора. Рекламное агентство TheInsider назвало самых популярных блогеров Казахстана, которые также попали в сферу данного исследования [4].

Население Казахстана составляет около 20 млн человек, Интернетом охвачено на начало 2024 года 18,9 млн человек или 92,3% от всей численности населения страны, подтверждает источник Datareportal [5]. Социальными сетями активно пользовалось 14 млн казахстанцев, это на 3,7 млн человек больше, чем в начале 2023 года.

Таким образом, деятельность блогеров в цифровом поле страны активная, охватывает как социальные сети, мессенджеры, подкасты, аудиоисточники информации и коммуникации. Если часть блогеров действует самостоятельно, полагаясь на свой финансовый и творческий потенциал, то значительная часть поддерживается меценатами, а также государством, чтобы продвигать идеи построения «нового» Казахстана.

**Цель исследования:** провести анализ языково-стилистических практик современных риториков: блогеров как авторов публичных выступлений на онлайн-площадках, охватывающих информационное поле Казахстана.

### **Задачи исследования**

1. Изучить с точки зрения использования образных стилистических средств лексику и синтаксис создателей контента в сети на казахском, русском и английском языках.
2. Выявить наиболее эффективные традиционные и современные приемы речевой лексики, влияющие на выбор целевой аудитории.
3. Рассмотреть аспекты взаимодействия виртуального оратора и аудитории через язык и стиль.

### **Методология исследования**

В работе использованы методы: наблюдение, сравнение, контент-анализ, эксперимент.

Для сравнительного анализа использования языка и стиля были выбраны следующие параметры: метафора, ирония, параллелизм, риторические вопросы, гиперболы, повторение, аллитерация, инверсия, триада, эпитеты, контрасты и противоположности,

Эллипсис и асиндетон. Эти показатели были скоррелированы путем количественно-качественного анализа содержания каждого материала эмпирической базы. Это позволило составить выборку более 50-ти популярных видео на YouTube и TikTok на разные темы; провести сравнительный анализ; классифицировать риторические приемы, как метафоры, гиперболы и литоты, сравнения, параллелизм, аллитерации, инверсии; измерить частоту их использования и соотношение различных типов приемов; оценить зависимость между количеством риторических приемов и вовлеченностью аудитории, как лайки, комментарии, репосты.

### **Важность ораторской речи в коммуникации**

Ораторская речь, убедительная аргументация с помощью красивой речи высоко ценились в Древней Греции и Риме и подпитывались идеями философов, риторов и эстетов, как Марк Туллий Цицерон [6], Аристотель [7]. В этот период закладываются основы понимания языка и стиля как навыка говорения и философского понятия.

В век новых технологий каждый почувствовал потребность в выражении своих идей, поэтому возникла важная тема, как виртуальная среда влияет на речевую культуру зарубежных и казахстанских пользователей новых медиа, какие языково-стилистические приемы используют современные риторы.

В Казахстане навыки владения искусной речью были всегда востребованы и выражались через творчество жырау и мастерство состязающихся в айтысе. Восточные философы аль-Фараби, аль-Бируни были хорошо знакомы с работами Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана и отразили это в своих трактатах, развили данные учения, учитывая витиеватость и склонность к эвфемизмам восточных ораторов [8].

В своей книге «Взгляды жителей города достойных» Абу Наср аль-Фараби высказывает такую мысль: «Нет ни одного живого существа совершеннее того, кто владеет речью и понятием» [9].

В работе «Теория словесности» казахский просветитель А. Байтурсинов рассматривает наряду с печатным искусство публичного слова [11].

Стилистика – язык в действии, язык как инструмент. Такое определение наиболее точно характеризует стилистику, стилистическое в языке. Это язык и стиль с точки зрения употребления, узуса.

### **Ораторская речь в цифровой среде**

Современные ученые-стилисты активно исследуют язык и стиль цифровых медиа, блогеров. К примеру, Л.А. Горшкова рассматривает манипулятивную траекторию новых медиа, в частности, видеоплощадки YouTube. Как считает исследователь, основная цель блогеров данной платформы – убедить в своей правоте. «Автор YouTube-канала, стремясь увеличить количество подписчиков, привлечь больше зрителей к просмотру нового ролика, старается заинтересовать аудиторию разнообразными способами, один из которых – это использование стилистических приемов [12]».

Работа Мартина Соли «Стилистика и профессиональный дискурс» посвящена анализу стилистики профессионального дискурса, с акцентом на цифровые тексты. Автор рассматривает, как знание стилистики может стать ключом к надлежащему и приемлемому использованию языка, обеспечивая успешное общение и потенциальное членство в профессиональных сообществах.

Качественный анализ дискурса блогов через призму конструирования идентичности и нарративов (на примере британского тревел-блогинга) изучают авторы коллективной монографии: «Дискурс-анализ в блогах...» [13]. Авторы изучают язык и риторические функции блогов как контекст социального взаимодействия, также отмечают, что полный языково-стилистический потенциал блогов еще предстоит реализовать, поскольку в эмпирическом анализе их использования преобладают количественные исследования. Существует фундаментальный пробел в исследованиях в диапазоне методов, принятых исследователями, которые рассматривают ограниченное число блогов в качестве источника ценной информации.

Исследование Джона Бенджамина [14] касается языковых стратегий власти в блогах (директивный язык, управление комментариями). Ученые Урсула Лутски и ЭндриКехое разбирают блоги с точки зрения использования авторами ненормативной лексики, что немаловажно для уточнения фильтров такого рода лексики на платформе [15].

### **Результаты исследования**

Качественные методы, как контент-анализ или анализ текстов на предмет выявления характерных элементов языка и стиля, нацелены на понимание лексики, связанных с использованием нериторических приемов, в также для проведения дискурс-анализа. Это изучение контекста, в котором используется язык, его воздействие на аудиторию. Сравнительный анализ многоязыковых источников позволяет сопоставлять стили разных авторов, выявлять их общие черты и отличия.

Количественный метод позволил применить статистический анализ, качественное измерение частотности использования определенных языковых средств и метафор, например, сравнений, эпитетов, риторических фигур.

Эмпирической базой исследования стали примеры блогерской среды – более 50-ти видео на самой популярной видеоплатформе [www.YouTube.com](http://www.YouTube.com).

Обнаружена прогрессивная зависимость частоты использования стилистических приемов от количества подписчиков. Чем выше число подписчиков, тем разнообразнее языковые и стилистические приемы блогеров. Отмечаются как более впечатляющие аудиторию изобразительно-выразительные средства (ирония, сленг, гиперболы), используемые авторами для повышения влияния материала на просмотры, комментарии, лайки и количество подписчиков.

Создание параметров анализа таких средств, как метафора, ирония, параллелизм, риторические вопросы, гиперболы, повторение, аллитерация, инверсия, триада, эпитеты, контрасты и противоположности, эллипсис и асиндетон, позволило создать идентичные параметры анализа разноязычных материалов.

Выбранные параметры позволили понять, как корректируется и адаптируется содержательная структура материала в соответствии с ожиданиями и предпочтениями аудитории. Были выявлены механизмы дискурса использования словесно-стилистических оборотов, фигуры речи для привлечения внимания и формирования позитивного отклика. Также в фокус исследования попали данные по количеству подписчиков

блогеров. Анализ показал, что наиболее популярные и авторитетные спикеры-блогеры, специализирующиеся на живых выступлениях под видеозапись, как правило, знакомы с основами ораторского искусства или пытаются освоить эффективные речевые практики.

Стиль – это также специфика, манера речи ведущих блогов и каналы. Однако проведенное исследование показало, что пути и инструменты, которыми они пользуются, часто отличаются.

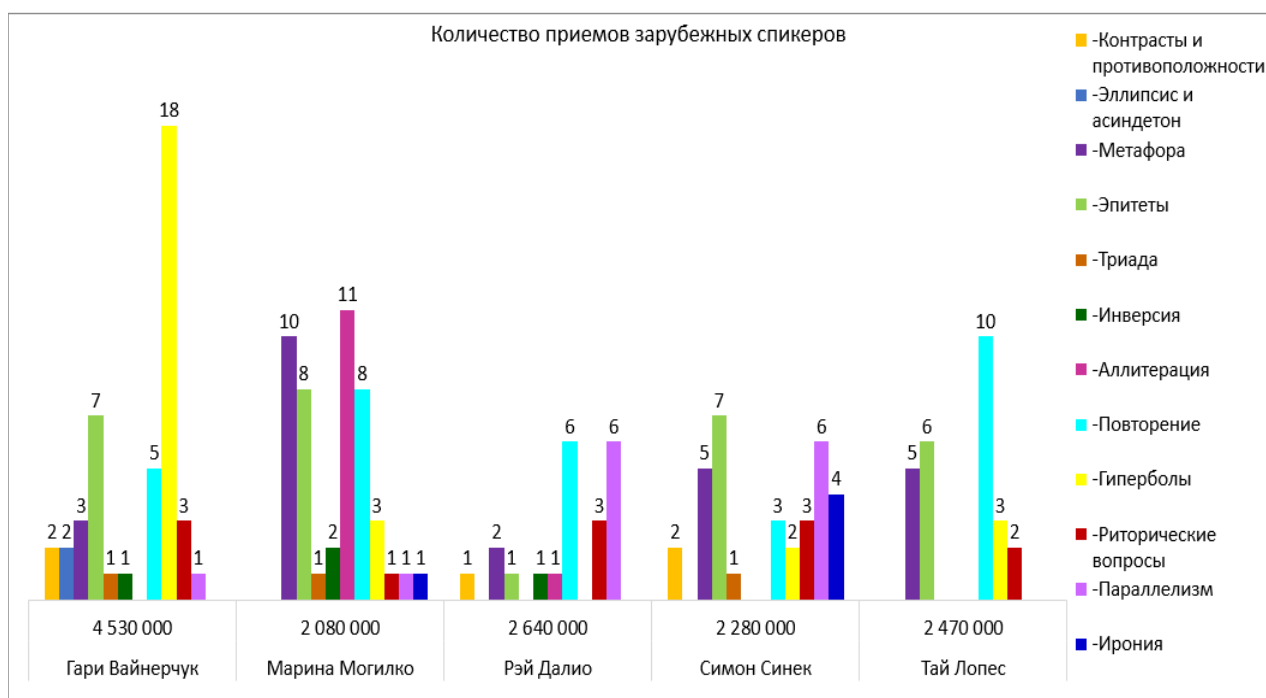
К примеру, классическая риторика автора делала акцент на последовательном аргументированном тексте (начало, основная часть, заключение). Современная риторика цифровых медиа акцентирует внимание на персонализированном, фрагментарном тексте для разных платформ, визуальном ряде, видеоконтенте, лайках, репостах, комментариях пользователей социальных сетей (интерактивности).

Кроме указанных параметров, исследователи выбрали такие критерии, как количество подписчиков/просмотров, использование ведущими блогов стилистических приемов, а также жанры, информационные, развлекательные, образовательные.

**Влияние стилистики и типа контента на речь казахстанских блогеров Табл. 1**

	Имя	Количество подписчиков	Параметры											
			Метафора	Ирония	Параллелизм	Риторические вопросы	Гиперболы	Повторение	Аллитерация	Инверсия	Триада	Эпитеты	Контрасты и противуположности	Эллипсис и асиндетон
1	Симон Синек	155 000	2		2	1	4	3		1	4	7	3	
2	РэйДалио	17800		2	1	3	7	2				4		
3	Тай Лопес	10300	7	3	6	4	3	4	2		2	11	4	3
4	Марина Могилко	12300	6	3	5	4	3	3	3	4	1	4	2	2
5	Гари Вайнерчук	22300	5	5	8	4	6	5	1	4	2	4	5	4

**Диаграмма № 1: Количество приемов зарубежных спикеров**



На примере диаграммы № 1 можно увидеть, как требования платформы (короткие видеоролики, выполнение условий Соглашения и принципов сообщества), стилистика и тип контента влияют на речь зарубежных блогеров. Так, авторы анализируемых блогов Марина Могилко (тип контента: образовательный, просветительский, 2 080 000 подписчиков), Симон Синек – 2 280 000 подписчиков (тип: психологический коуч-контент) и Тай Лопес – 2 470 000 подписчиков (тип: лайфстайл-контент) в своем арсенале для улучшения психологического взаимодействия с аудиторией используют различные стилистические приемы: гиперболы, иронию, аллитерацию, сленг, инверсию, метафоры, повторы. Наиболее часто использует метафоры, эпитеты, сленг, инверсию, фразеологизмы Марина Могилко. Самые яркие примеры из просмотренных видео данного автора, которого в комментариях называют тоже образно «ходячей мотивацией»: «Невероятная страна. Настроен пахать. Каждый день – праздник! Идти в другие форматы. Давать энергию в мир. Днище по состоянию. Форсила себя я что-то делать. Заходящие ролики. Бесячие начальники. Рубить с плеча». «Стартап умер. Большой день. Жизнь бежит, несется. Нетворкаю в Америке как ужаленная», «Стоим насмерть в пробке. Проворачиваем сумасшедшие вещи. На другом конце света. Чисто пожрать приехали» [16]. Тай Лопес выбирает образные сравнения: «Школа – это искусственный пузырь. Хочешь зарабатывать деньги – добро пожаловать в реальный мир!», «Пепел символизирует небытие». «Это как две стороны медали. Такая ловушка – жалеть себя» [17]. Гари Вайнерчук, предприниматель, писатель часто использует гиперболы: «Мы ни черта не делаем. Эта вещь номер один для меня. Полностью отключить осуждение. Самая огромная ошибка в мире. Мы чертовски сильны!» [18]. «Наилучший 5-летний период в

вашей жизни. Это беспонтовая тухлая игра. Нереально тяжело. Каждый чертов день. Ты в сто раз счастливее других», «Стараюсь использовать максимально. Я невероятно благодарен. Я задыхаюсь от всякой ерунды. Я очень серьезен к вниманию людей. Мне безумно нравятся люди» [18,1]. Метафоры и иронию как действенные стилистические приемы применяет Симон Синек: «Если все просыпаются с 5 монетами, то интроверты отдают все монеты за день, а экстраверты получают еще 5 монет и в конце дня, поэтому я хожу на вечеринки с экстравертами» [19]. Метод иронии в выступлениях Симона Синека: «Люди ведут свои социальные сети, но это не значит, что это их настоящая жизнь; Иногда я проверяю рейтинг своих книг на Амазоне, чтобы проверить, что у меня еще есть работа; В рейтингах был один автор, которого я и уважаю, и ненавижу, я проверял только наши с ним рейтинги больше никого, только наши». Пример риторического вопроса: «Я больше горжусь тем, что у меня хорошо получается, а не думаю, что я должен быть хорош во всем, в чем хорош он, может быть это так?» [19,1]. Риторические вопросы для вовлечения в дискуссию активно использует и Гари Вайнерчук (4 530 000 подписчиков): «Вы знаете почему так? Угадайте, что будет?» [18,2]. Симон Синек часто использует параллелизмы: «Почему один человек лидер, а другой тихоня». Сравнивает людей, сравнивает рейтинги книг, дает параллельные примеры отрицательной и положительной обратной связи для структурирования и ритмичности речи. Рэй Далио не стремится к тесному сближению, манипуляциям для привлечения внимания аудитории, меньше обращается к образной стилистике, вопросам для обсуждения, речь более серьезная, аналитическая. прагматическая. Пример: «Путешествие – это как подниматься в гору. Вопрос в том, как вы можете понять, как зарабатывать от 2 до 300 долларов день? Куда вы действительно стремитесь? Это слабости, которые у вас есть, или это как-то связано с другими людьми?» [Далио, 2024]. Рэй Далио имеет меньшую аудиторию (2 640 000 подписчиков), выбрал сдержанную риторическую стратегию, нацеленную на логику и донесение информации, а не на эмоции. Среди блогеров, использующих разнообразные стилистические приемы, выделяется Марина Могилко (широкий круг аудитории, в том числе молодежь, которой нравится динамическая речь, сленг, простота и смелость ведущей): «Намарафетились. Чтобы вы понимали. Компрессить. Постить. Америка про деньги. Вау! Нетворкаю. Конфа. Редачат фотки. Мне кранты» [17,1].

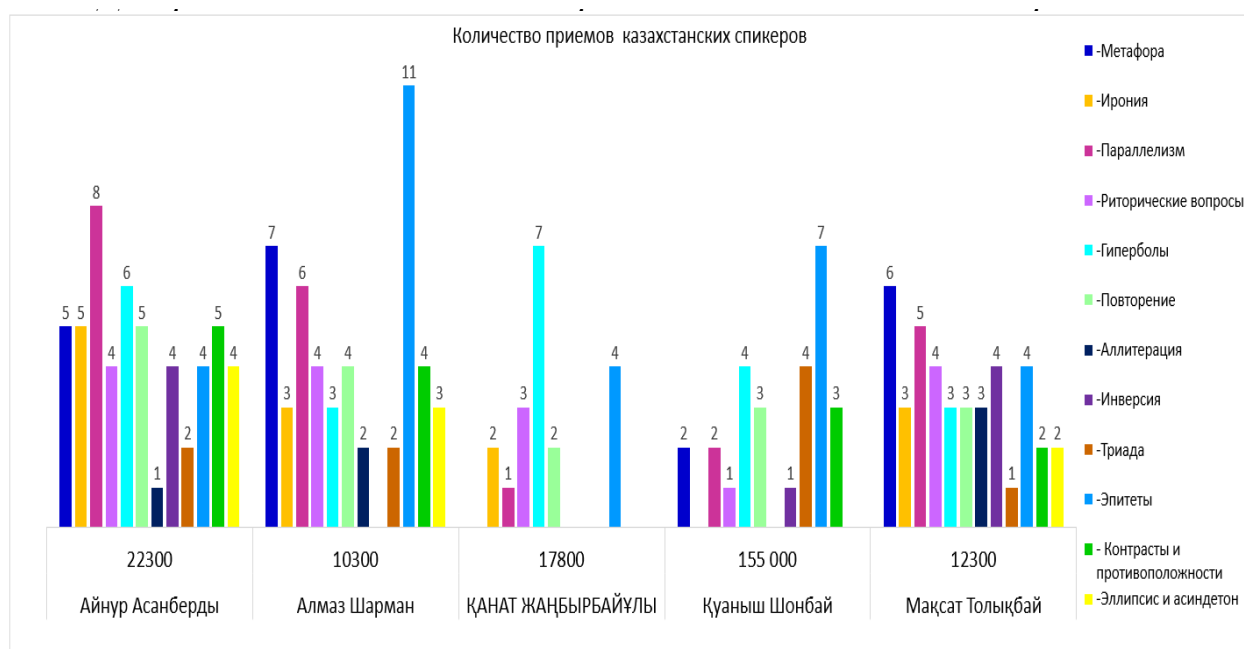
В целом прослеживается тенденция: больше подписчиков у тех авторов, которые активнее используют стилистические методы воздействия, «играют словами», создают просторечные окказиональные глаголы: редачат, нетворкаю, постила и др.

В итоге мы видим, что процент использования стилистических приемов напрямую влияет на количество подписчиков, фиксируется устойчивая связь между стилем ведущего и вовлеченностью аудитории. Блоги англоязычных авторов отличаются акцентами английского (американский вариант, чаще всего используемый блогерами, в том числе в нашем анализе, ближе к народу, британский для элиты). Казахстан

Влияние стилистики и типа контента на речь казахстанских блогеров Табл. 1

	Имя	Количество подписчиков	Параметры											
			Метафора	Ирония	Параллелизм	Риторические вопросы	Гиперболы	Повторение	Аллитерация	Инверсия	Триада	Эпитеты	Контрасты и противоположности	Эллипсис и асиндетон
1	Қуаныш Шонбай	155 000	2		2	1	4	3		1	4	7	3	
2	Қанат Жанбырбайұлы	17800		2	1	3	7	2				4		
3	Алмаз Шарман	10300	7	3	6	4	3	4	2		2	11	4	3
4	Мақсат Толықбай	12300	6	3	5	4	3	3	3	4	1	4	2	2
5	Айнур Асанберды	22300	5	5	8	4	6	5	1	4	2	4	5	4

Диаграмма № 2 Количество приемов казахстанских спикеров





На примере диаграммы № 2 можно увидеть, как стилистика и тип контента влияют на речь казахстанских блогеров. Как выстраивается риторическая стратегия выступающего. При анализе выступлений выяснилось, что образная лексика, количество использованных стилистических приёмов не всегда вызывают увеличение количества подписчиков. Например: Куаныш Шонбай (155 000 подписчиков), казахский гуру нейромаркетинга и успешности, своим примером воодушевляет своих подписчиков, соответствует классическим представлениям о прямой зависимости между яркой, образной стилистикой спикера и большой аудиторией. Блогер в своих выступлениях довольно активно использует стилистические приемы: метафоры, эпитеты (Сравнивает нишу продаж с листом в клетку. Ты забываешь, что мяч у тебя [20], гиперболы (Ты наилучший, ты наихудший), повторения (Еще один пример. Помни это правило. В чем мотивация? [20,2], триады (Один день, одна неделя, один месяц) [20,1]. Метафоры выразительны и вызывают интерес, помогают воспринять абстрактные понятия; гиперболы и повторы усиливают сказанное, придают ритм речи, с их помощью лучше запоминается информация. Напротив, Қанат Жаңбырбайұлы, блогер-эксперт (контент о психологии, здоровье, нейрофизиологии) собирает свою аудиторию, благодаря логике, ясности и четкости информации (17 800 подписчиков), меньше обращается к образным средствам, склонен к прямолинейному изложению материала, однако в его выступлениях много риторических вопросов, что способствует интерактивности и дискуссионности в общении с аудиторией. Примеры: всё меня спрашивают, как я в день 2-3 раза снимаю видео? [21]. Зачем нам это? Кто в этом заинтересован? Что не так? [21,1]. Алмаз Шарман – профессор медицины (10 300 подписчиков) – метафоры (Вирусы не дремлют. Рак умеет маскироваться. Агрессивные меры, АЛМАЗные советы) – [22], ирония (Хотя мы думали, что победили свои инфекционные болезни..., Среднестатистическая женщина была бы только счастлива... похудела на 4–5 килограммов) – [22,1], параллелизм (Огромный прогресс достигнут в таких областях, как ортопедия, вспомогательные репродуктивные технологии, лечение сосудистых и других нарушений мозга, генная терапия редких заболеваний) [22,2], эпитеты (Бешенный прогресс. Передовая информация. Тревожный сигнал. Глубокий сон), его речь многослойная, эмоционально насыщенная из-за обилия метафор, параллелизма. Использует контрасты и противоположности: Разрушающий или деструктивный подход противопоставлен «конструктивной медицине.» Маски обеспечивают защиту, но не блокируют проникновение аэрозолей. Мақсат Толықбай – политический деятель, журналист (12 300 подписчиков) - метафоры (Пристегивайте ремни, отвезу потряхивая. Любят ездить по ушам. Сначала говорит закон [23], риторические вопросы (Как получить кредит до 20 миллионов тенге под 6% для начала бизнеса. Кто-то знает?), параллелизм (Если не сдержит слово, не выполнит обещание) - [23,1], эпитеты (Напрасные усилия. Невидимые маски. Потерянные гранты) - [23,1], оптимизированный набор стилистических приемов, что способствует донесению своих мыслей в доступной форме. Айнура Асанберды (тележурналист, психолог, логотерапевт) отличается легким, ироничным подходом к освещению событий (22 300 подписчиков) – метафоры (Ленивая келинка. Одежда со вкусом. Дети – мое богатство!), ирония (У нас, у казахов так же: пусть ребенок бухгалтером будет... Мы казахи, всегда с одеялами ходим) -

[25], параллелизм и риторические вопросы (Какой самый дешевый, какой самый дорогой? Вы все обижены на психологов? Можно начать бизнес с нуля? Догадались, откуда все мои костюмы? [25,1], гиперболы, сравнения, параллелизм (Дней, когда зарплаты не хватало, было предостаточно. Я не собираю вещи, я собираю друзей [25,2], создает динамичный и выразительный контент. Прием параллелизма придает речи блогера плавность и гармонию, что способствует полноценному восприятию передаваемого сообщения.

Таким образом, совокупность стилистических приёмов в речи казахстанских блогеров говорит о желании создать динамичный и эмоциональный посыл для привлечения и удерживания внимания аудитории в условиях современной информационной перегруженности.

Использование стилистических средств языка, риторическая стратегия, выбранная зарубежными и казахстанскими блогерами, обусловлены не только их личными, вкусовыми пристрастиями, а целью и типом контента, аудиторией страны, предпочитающей быструю и полезную информацию в доступной форме.

Результаты проведенного анализа говорят о том, что стилистика по-прежнему – актуальный инструмент для создания эмоционально и интеллектуально насыщенной речи. выработки риторической стратегии под аудиторию, интересующуюся определенным контентом. Новая риторика относится к так называемому интернет-стилю, который уверенно входит в систему языка [26], она более адресная, охватывает большую аудиторию, использует видео, мемы, инфографику, мгновенную обратную связь.

Некоторые рекомендации для медиаспециалистов по выбору языково-стилистических средств:

- соблюдать последовательность в изложении мысли;
- избегать длинных рассуждений, письменных форм выражения;
- использовать образные средства: эпитеты, метафоры, иронию, ассоциации...;
- выработать свой стиль подачи информации;
- актуально, как и прежде: хорошо говорит и пишет тот, кто хорошо думает!

## **Заключение**

Цифровая среда стала частью жизни современного общества. Каждый член социума может высказать свое мнение, пользуясь современными технологиями для взаимодействия и общения: различные платформы и площадки: цифровые технологии, онлайн-образование, социальные сети. Однако по-прежнему одни авторы постов, видеороликов и подкастов успешнее, другие слабее. Как показывает проведенный анализ публичных выступлений, причины все те же, что и во времена античности. Это либо умение донести свою идею через язык и стиль обращения, или наоборот, трудности с выражением своих мыслей, неумелым использованием образных ресурсов языка. Казалось бы, секреты просты: выигрывают в сражении за читателей, зрителей, слушателей те, кто не игнорирует аудиторию, говорит ясно и кратко, в целом подготовлен в языковом и стилистическом плане. Однако за внешней простотой скрываются сложные механизмы создания, восприятия и воздействия речевого сообщения на аудиторию.

Принципы ораторской речи Древней Греции и Рима, а также казахской Степи повлияли на всю последующую деятельность в области устных выступлений, науки красноречия, выбора стиля. Сравнивая классические теории стиля и современные подходы, можно сказать, что риторы всегда классифицировали и использовали стили по степени важности, последовательности и качеству доказательности тезисов.

Современные теории отказываются от иерархического подхода, исследуют стиль как многослойное явление с акцентом на устную речь, сиюминутность. Риторика современных медиа фокусируется на персонализированном, фрагментарном тексте для разных платформ, визуальном ряде, видеоконтенте, лайках, репостах, комментариях пользователей социальных сетей (интерактивности). Это развитие отражает изменения в восприятии роли языка, стиля и коммуникации в обществе, а также разнообразие речевых практик.

Проведенное исследование показало, что традиционные теории стилистики адаптируются под виртуальные медиа; современные успешные риторы: блогеры и медиаспециалисты сформировали свой стиль, благодаря творческой идее, полезности и элементам новизны, интересной, порой драматичной подаче своего контента, использованию образных средств.

Исследование подтверждает, что выбор платформы, стремление к краткости, стилистическая подготовка оратора, умение использовать метафоры, популярные сленговые выражения, слова-крючки... влияют на эффективное восприятие речевого обращения в медиaprостранстве, порой являются единственным источником языковой грамотности и адаптации к новым условиям. Данные исследования актуальны для развития медиадискурса и понимания того, какие стилистические особенности будут популярны в будущем. Научная работа – начало большого исследования, медиа- и блогосфера в условиях цифровизации быстро эволюционируют и требуют дальнейшего изучения по периодам и трендам.

#### **Вклад авторов:**

**Мухамадиева Л.И.** – основной автор, сформировавший основную идею статьи и способствовавший ее формализации, утвердила окончательный вариант статьи для публикации.

**Ибраева Г.Ж.** – собрала и проанализировала результаты исследований.

**Ауесбай К.А.** – критический рецензент написания текста и содержания статьи.

#### **Список литературы**

1. Антонов В.П. К вопросу о формировании нового функционального стиля в системе стилей русского языка. Функциональные стили и речевые жанры. В.П. Антонов, Е.В. Вересовая. Язык, культура, коммуникация: аспекты взаимодействия: научно-методический бюллетень. Вып. 1 (ХГУ им. Н.Ф. Катанова. Институт филологии. Лаборатория лингвокультурологической коммуникации); отв. ред. И. В. Пекарская. – Абакан: Изд-во ХГУ. – 2003. – С. 7-16.
2. Аристотель (384-322 до н. э.). Поэтика. Риторика. Аристотель; [Вступ. ст. и коммент. С.Ю. Трохачева; Пер. с греч. В. Аппельрота, Н. Платоновой]. – СПб.: Азбука, 2000. – 346 с.

3. Бегматов Э.А., Исламов У. Х. Аль-Фараби о языке и культуре речи. Вестник Челябинского государственного университета. Политические науки. Востоковедение. – 2012. – № 12 (266). – С. 110-113.
4. Байтурсинов А. Әдебиет танытқыш. (1926), с. 232. В кн.: А. Байтурсинов. Сочинения. Составители: Шарипов А., Даутов С. – Алматы: Жазушы, 1989. – С. 137-305.
5. Горшкова Л. А. Коммуникативные особенности социального медиа Youtube в современном информационном пространстве. Медиасреда. – 2020. – № 2. – С. 94-100.
6. Аскарбеков Е. Первый блог Казахстана. [Электронный ресурс] URL: <http://www.blog.kz/>, Afftor.kz Ресурс: <http://www.blog.kz/> (дата обращения: 02.03.2023).
7. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
8. Марк Туллий Цицерон. Три трактата об ораторском искусстве. Под редакцией М.Л. Гаспарова. – Москва: Наука, 1972. – С. 4-73
9. Мультимедийная журналистика: ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
10. Тавалдиева Г. Н. Взгляды восточных мыслителей о культуре речи. Общественные и гуманитарные науки: материалы докладов 84-й научно-технической конференции, посвященной 90-летию юбилею БГТУ и Дню белорусской науки (с международным участием), Минск, 03-14 февраля 2020 г. – Минск: БГТУ, 2020. – С. 175-177.
11. 715 млн тенге доходов: сколько блогеров в Казахстане. [Электронный ресурс] URL: <https://ulysmidia.kz/news/37383-715-mln-tenge-dokhodov-skolko-bloggerov-platiat-nalogi-i-skolko-ukloniaiutsia-v-kazakhstane/> (дата обращения: 02.03.2023).
12. The Insider назвал самых популярных блогеров Казахстана. [Электронный ресурс] URL: <https://tribune.kz/the-insider-nazval-samyh-populyarnyh-bloggerov-kazahstana/> (дата обращения: 02.03.2023).
13. Digital Data reportal 2024: Kazakhstan. [Электронный ресурс] URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan> (дата обращения: 02.03.2023).
14. The Stylistics of Professional Discourse Edinburgh University Press. The Stylistics of Professional Discourse. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2015. 232 p.
15. Discourse Analysis of Blogs: Analyzing Language to Maximize Insights: Discourse Analysis in the Digital Age. – Cham: Springer, 2016. P. 45-68.
16. Benjamins J. Language and Power in Blogs. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2010. – 198 p.
17. Ursula L., Andrew K. Your blog is (the) shit. A corpus linguistic approach to the identification of swearing in computer mediated communication. International Journal of Corpus Linguistics. – 2016. – №21. – p. 165 – 191.
18. Могилко М. США раздаёт вид на жительство! [Электронный ресурс] YouTube. URL: <https://youtube.com/shorts/Jqu1tCFKqK8?si=v3V49ybwCflUuq3d> (дата обращения: 05.12.2024).
19. Могилко М. Нетворкаю в Америке как ужаленная. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/9KA0IG5jdxk?si=Nrsn-i3vyT0m56LR> (дата обращения: 05.12.2024).
20. Лопес Т. How to Easily Live Your Dream Life. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/qn0Zp-0Exo4?si=X3mHg9EWLOWVDkKf> (дата обращения: 05.12.2024).
21. Лопес Т. Why You Should Live Half By Your Head & Half By Your Heart. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/W4EodadS1pY?si=enM2gAG03wyIoIOk> (дата обращения: 05.12.2024).

22. Вайнерчук Г. Is Social Media Good For The Youth? [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/ABYatAfKLLU?si=uz30oaYqxFhreTTh> (дата обращения: 05.12.2024).
23. Вайнерчук Г. My Honest Opinion on Hard Work, Hustle, Rest, and Sleep. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: [https://youtu.be/6j2gfMwUJPC?si=cOsGi4Ez\\_IyyGx\\_6](https://youtu.be/6j2gfMwUJPC?si=cOsGi4Ez_IyyGx_6) (дата обращения: 05.12.2024).
24. Simon S. How to Leverage Being an Introvert. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/ozSjZ6iRKSA?si=97Llb73DggyARKQL> (дата обращения: 05.12.2024).
25. Simon S. The MOST Self-Destructive Habit. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/jtpOYxsZj7o?si=ixooJtOg5PKkorQD> (дата обращения: 05.12.2024).
26. Қуаныш Ш. Қуаныш Шонбайдың алғашқы кітабы "Екінші болма". [Электронный ресурс]. YouTube. URL: [https://youtu.be/eTNgRR\\_gaJE?si=OiWf2Nf7gqgVIYnR](https://youtu.be/eTNgRR_gaJE?si=OiWf2Nf7gqgVIYnR) (дата обращения: 05.12.2024).
27. Мақсат жоқ, нысана бар. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/54j4LeaWUyE?si=WfgLtcVJ-n7CIWPD> (Accessed:05.12.2024).
28. Не үшін жеке бренд дамытып бастадым? [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtube.com/shorts/ZxFLKn12U8?si=e4tHpY46J0D5Tw-B> (дата обращения: 05.12.2024).
29. Коронавирус І. АЛМАЗные советы. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/zyF8x12cDA?si=hXj9gRDEQW22pqcx> (дата обращения: 05.12.2024).
30. Алмаз Шарман о медицинском образовании. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/MZMgKnzPOTQ?si=z7znZPJWAop87m9> (Accessed:05.12.2024).
31. Бизнес үшін 20млн. теңгеге дейін несие беріледі. Халықтың ақшасы. №7 шығарылым. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: [https://youtu.be/QIDPmkpV5kQ?si=6Xoiz36NRyFJeh\\_E](https://youtu.be/QIDPmkpV5kQ?si=6Xoiz36NRyFJeh_E) (дата обращения: 05.12.2024).
32. Референдум: не өзгереді? [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/JF-x2YbvISA?si=pvlHUvaHOel-Tdtm> (Accessed:05.12.2024).
33. Толықбай М. "МАСКА". Оқыған: Мақсат Толықбай. Автор: Саламат Оамш. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/LrUhdo8TluE?si=o3jLzt69R09KWyRs> (дата обращения: 05.12.2024).
34. Әсембике #3 / Мөлдір Анарбаева: Ене тұрмақ, жолдасыммен ешқашан ұрысқан емеспін. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/uzvHrjelwt0?si=zRaB2W1loJu6Sq5l> (дата обращения: 05.12.2024).
35. Әсембике #1 / Мақпал аспаздың жолы: Кейтеринг, калькуляция және қызметтегі қазақи менталитет жайлы. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: [https://youtu.be/MIaVJZgrGhA?si=X8AxcW9u\\_U4BUhut](https://youtu.be/MIaVJZgrGhA?si=X8AxcW9u_U4BUhut) (дата обращения: 05.12.2024).

**Л.И. Мұхамадиева, Г.Ж. Ибраева, Қ.Ә. Әуесбай**

*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан*

### **Қазіргі виртуалды риторилер: дәстүр мен жаңашылдық синтезі**

**Аңдатпа.** Мақалада заманауи «цифрлық» спикерлердің, блогерлердің, подкастерлердің лингвистикалық және стилистикалық әдістері және олардың дәстүрлі риториканың әзірлемелерінен айырмашылығы қарастырылады. Зерттеудің эмпирикалық негізін YouTube.com

платформасынан үштілде – қазақ, орыс, ағылшын тілдеріндегі 50-ден астам бейнематериалдар құрады, бұл блогосфераның стилистикалық және лингвистикалық әдістеріне салыстырмалы талдау жүргізуге мүмкіндік берді. Келесі әдістер қолданылады: бақылау, салыстыру, мазмұнды талдау, эксперимент. Нәтижесінде виртуалды орта жағдайында туған риторика өзінің қысқа стилімен, «либералды» лексиканы қолдануымен, жеңілдетілген синтаксисімен ерекшеленетіні анықталды. Стилистикалық құралдарды қолдану жиілігінің жазылушылар санына прогрессивті тәуелділігі бар екендігі дәлелденді. Қазіргі заманғы риториктердің «интернет стилін» қолданатыны анықталды, ол ежелгі уақытта төмен немесе қарапайым стиль ретінде жіктелетін еді. Цифрлық ақпарат құралдарында сөйлеудің стилистикалық тәсілдерін дамыту заңдылықтарының негізгі алгоритмдері анықталды: қысқалыққа ұмтылу, метафоралық идеялар, этникалық артықшылығы жоқ лингвистикалық коммуникация әдістерін тарту.

**Түйін сөздер:** стилистика, цифрлық технологиялар, риторика, блогосфера, медиа коммуникация, Қазақстан

**L.I. Mukhamadiyeva, G.Zh. Ibrayeva, K.A. Auesbay**  
*Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan*

### **Modern virtual rhetors: synthesis of traditional and new practices**

**Abstract.** This article examines the linguistic and stylistic techniques employed by modern “digital” speakers, bloggers, and podcasters and how they differ from traditional rhetoric. The study is based on an empirical analysis of over 50 video materials from YouTube in three languages – Kazakh, Russian, and English – allowing for a comparative examination of stylistic and linguistic strategies within the blogosphere. The research employs methods such as observation, comparison, content analysis, and experimentation. Findings indicate that rhetoric shaped by the virtual environment is characterized by conciseness, the use of informal or “liberal” vocabulary, and simplified syntax. The study establishes a direct correlation between the frequency of stylistic techniques and the number of subscribers. Additionally, it is determined that the most in-demand rhetorical style is the so-called “Internet style,” which in antiquity was classified as low or ordinary style. The research identifies key patterns in the evolution of stylistic approaches to digital speech, including a tendency toward brevity, metaphorical expressions, and the integration of communication techniques that transcend ethnic or cultural boundaries.

**Keywords:** stylistics, digital communication, rhetoric, blogosphere, media discourse, Kazakhstan

### **References**

1. Antonov, V. P. *Kvoprosu o formirovani I novogo funkcional'nogo stilja v sisteme stile jrusskogo jazyka / Funkcional'nye stili I rechevye zhanry* / V. P. Antonov, E. V. Veresovaja // *Jazyk, kul'tura, kommunikacija: aspekty vzaimodejstvija: nauchno-metodicheskij bjulleten'*. Vyp. 1 (HGU im. N. F. Katanova. Institut filologii. Laboratorija lingvokul'turologicheskoy kommunikacii); otv. red. I. V. Pekarskaja [On the Formation of a New Functional Style in the System of Russian Language Styles / Functional Styles and Speech Genres / V. P. Antonov, E. V. Veresovaya // *Language, Culture, Communication: Aspects of Interaction: Scientific and Methodological Bulletin. Issue 1* (KhSU named after N. F. Katanov. Institute of Philology. Laboratory of Linguocultural Communication); ed. I. V. Pekarskaya]. (Abakan, 2003. 7-16 p.)

2. Aristotel' (384-322 do n. je.). Pojetika. Ritorika / / Aristotel'; Vstup. st.ikomment. S. Ju. Trohacheva; Per. s grech. V. Appel'rota, N. Platonovoj[Aristotle (384-322 BC). Poetics. Rhetoric / / Aristotle; Introduction and commentary by S. Yu. Trokhachev; Translated from Greek by V. Appelrot, N. Platonova]. (SPb., 2000. 346 p.)
3. Begmatov Je.A., Islamov U.H. Al'-Farabi o jazykei kul'turerechi. Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Politicheskie nauki. Vostokovedenie[3. H. Al-Farabi on the Language and Culture of Speech. Bulletin of Chelyabinsk State University. Political Sciences. Oriental Studies]. 2012. 12(110-113).
4. Bajtursynov A. Jedebiet tanshhysh. (1926), Bajtursynov. Sochinenija. Sostaviteli: Sharipov A., Dautov S. [Edebiet tanshkhys. (1926), A. Baitursynov. Works. Authors: Sharipov A., Dautov S.]. (Almaty, 1989. 305 p.)
5. Gorshkova L.A. Kommunikativnye osobennosti social'nogo media Youtube v sovremennom informacionnom prostranstve [Communicative Features of the Social Media YouTube in the Modern Information Space]. Mediasreda. 2020. 2(94-100).
6. Askarbekov E. Pervyj blog Kazakhstana[The First Blog of Kazakhstan]. Available at: <http://www.blog.kz/> (Accessed: 02.03.2023).
7. Kostomarov V.G. Nash jazyk v dejstvii: Oчерки современной русской стилистики[Our Language in Action: Essays on Modern Russian Stylistics]. (Moscow, 2005. 287 p.)
8. Mark Tullij Ciceron. Tri traktata ob oratorskom iskusstve. Pod redakciej M.L. Gasparova[Three Treatises on the Art of Oratory. Edited by M.L. Gasparov]. (Moscow, 1972. 73 p.)
9. Mul'timediinaja zhurnalistika: red. A. G. Kachkaevoi, S. A. Shomovoi ;Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekono- miki»[Multimedia Journalism: ed. A.G. Kachkaeva, S.A. Shomova; Nat. Research. University "Higher School of Economics"]. (Moscow, 2017. 413 p.)
10. Tavaldieva G. N. Vzglyady vostochnyh myslitelej o kul'ture rechi. Obshhestvennye I humanitarnye nauki: materialy dokladov 84-j nauchno-tehnicheskoy konferencii, posvjashhennoj 90-letnemu jubileju BGTU I Dnju belorusskoj nauki (s mezhdunarodnym uchastiem)[Views of Eastern thinkers on the culture of speech / G. N. Tavaldieva // Social and humanitarian sciences: materials of reports of the 84th scientific and technical conference dedicated to the 90th anniversary of BSTU and the Day of Belarusian Science (with international participation)]. (Minsk, 2020. 177 p.)
11. 715 mln tenge dohodov: skol'ko blogerov v Kazakhstane[715 million tenge of income: how many bloggers are there in Kazakhstan]. Available at: <https://ulysmidia.kz/news/37383-715-mln-tenge-dokhodov-skolko-bloggerov-platiat-nalogi-i-skolko-ukloniaiutsia-v-kazakhstane/> (Accessed: 02.03.2023).
12. The Insider nazval samyh populjarnyh blogerov Kazakhstana[The Insider named the most popular bloggers of Kazakhstan]. Available at: <https://tribune.kz/the-insider-nazval-samyh-populyarnyh-bloggerov-kazakhstana/> (Accessed: 02.03.2023).
13. Digital 2024: Kazakhstan. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan> (Accessed: 02.03.2023).
14. The Stylistics of Professional Discourse. (Edinburgh, 2015. 232 p.)
15. Discourse Analysis of Blogs: Analyzing Language to Maximize Insights: Discourse Analysis in the Digital Age. (Cham, 2016. 45-68 p.)
16. Language and Power in Blogs. (Amsterdam, 2010. 198 p.)

17. Lutzky U., Kehoe, A. Your blog is (the) shit: A corpus linguistic approach to the identification of swearing in computer mediated communication // International Journal of Corpus Linguistics. 21. 165–191(2016).
18. Mogilko M. SSHA razdajot vid nazhitel'stvo! [The USA is distributing residence permits!]. Available at: <https://youtube.com/shorts/Jqu1tCFKqK8?si=v3V49ybwCflUuq3d> (Accessed: 05.12.2024).
19. Mogilko M. Networkaju v Amerike kak uzhalennaja. [I network in America like crazy]. Available at: <https://youtu.be/9KAOIG5jdxk?si=Nrsn-i3vyTOM56LR> (Accessed: 05.12.2024).
20. Lopez T. How To Easily Live Your Dream Life. Available at: <https://youtu.be/qn0Zp-0Exo4?si=X3mHg9EWLOwVDkKf> (Accessed: 05.12.2024).
21. Lopez T. Why You Should Live Half By Your Head & Half By Your Heart. Available at: <https://youtu.be/W4EodadS1pY?si=enM2gAGO3wyIoIoK> (Accessed: 05.12.2024).
22. Vajnerchuk G. Is Social Media Good For The Youth? Available at: <https://youtu.be/ABYatAfKLLU?si=uz30oaYqxFhreTTh> (Accessed: 05.12.2024).
23. Vajnerchuk, G. My Honest Opinion on Hard Work, Hustle, Rest, and Sleep. Available at: [https://youtu.be/6j2gfMwUJPC?si=cOsGi4Ez\\_IyyGx\\_6](https://youtu.be/6j2gfMwUJPC?si=cOsGi4Ez_IyyGx_6) (Accessed: 05.12.2024).
24. Simon S. How to Leverage Being an Introvert. Available at: <https://youtu.be/ozSjZ6iRKS-A?si=97Llb73DggyARKQL> (Accessed: 05.12.2024).
25. Simon S. The MOST Self-Destructive Habit. Available at: <https://youtu.be/jtpOYxsZj7o-?si=ixooJtOg5PKkorQD> (Accessed: 05.12.2024).
26. Shonbaj Q. Qūanysh Shonbajdyng alǵashqy kitaby 'Ekinshi bolma' [Kuanyshe Shonbaidyn first book "Don't be second"]. Available at: [https://youtu.be/eTNgRR\\_gaJE?si=OiWf2Nf7gqgVIYnR](https://youtu.be/eTNgRR_gaJE?si=OiWf2Nf7gqgVIYnR) (Accessed: 05.12.2024).
27. Maqsat joq, nysana bar [There is no goal, there is a target]. Available at: <https://youtu.be/54j4LeaWUyE?si=WfgLtcVJ-n7CIWPD> (Accessed: 05.12.2024).
28. Ne úshin zheke brend damytyp bastadym? [Why did I start developing a personal brand?]. Available at: <https://youtube.com/shorts/ZxFLKnB12U8?si=e4tHpY46J0D5Tw-B> (Accessed: 05.12.2024).
29. Koronavirus I ALMAZnye soveti. [Coronavirus and Diamond tip]. Available at: <https://youtu.be/zyF8xF12cDA?si=hXj9gRDEQW22pqcx> (Accessed: 05.12.2024).
30. Almaz Sharman o medicinskom obrazovanii. [Almaz Sharman on medical education]. Available at: <https://youtu.be/MZMgKnzPOTQ?si=z7znZPJWAop87m9> (Accessed: 05.12.2024).
31. Biznes ushin 20 mln. tengege deiin nesie beriledi // Khalyqtyń aqshasy. №7 shyǵarylym. [Up to 20 million tenge will be provided for business. People's money. Issue 7]. Available at: [https://youtu.be/QIDPmkpV5kQ?si=6Xoiz36NRyFJeh\\_E](https://youtu.be/QIDPmkpV5kQ?si=6Xoiz36NRyFJeh_E) (Accessed: 05.12.2024).
32. Referendum: ne ózgeredi? [Referendum: what will change?]. Available at: <https://youtu.be/JF-x2YbvISA?si=pvlHUvaHOel-Tdtm> (Accessed: 05.12.2024).
33. Tolyqbai M. 'MASKA'. Oqyǵan: Maqsat Tolyqbai. Avtor: Salamat Omash. [Mask. The Purpose Of The Study Is Tolykbay. Author Salamat Omash]. Available at: <https://youtu.be/LrUhdo8TluE?si=o3jLzt69RO9KWYRs> (Accessed: 05.12.2024).
34. Ásembike #3 / Möldir Anarbaeva: Ene turmaq, zholdasymmen eshqashan urysqan emespin. [Moldir Anarbayeva: mother-in-law is going to get married, I did not quarrel with my husba]. Available at: <https://youtu.be/uzvHpjelwt0?si=zRaB2W1loJu6Sq5l> (Accessed: 05.12.2024).



35. Ásembike #1 / Maqpal aspaǵdyń jolı: Keýtering, kalkýlyacýı jáne qızmettegi qazaqı mentalitet jaily. [Makpal Cook's path: Kazakh Labor path in catering, costing and service]. Available at: [https://youtu.be/MIAVJZgrGhA?si=X8AxcW9u\\_U4BUhut](https://youtu.be/MIAVJZgrGhA?si=X8AxcW9u_U4BUhut) (Accessed: 05.12.2024).

#### **Сведения об авторах:**

**Мухамадиева Л.И.** – ст. преподаватель кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

**Ибраева Г.Ж.** – доктор политических наук, профессор кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

**Ауесбай К.А.** – кандидат филологических наук, кафедра ЮНЕСКО по журналистике и коммуникации, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

#### **Авторлар туралы мәлімет:**

**Мұхамадиева Л.И.** – әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, «баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер» кафедрасының аға оқытушысы, Алматы, Қазақстан.

**Ибраева Г.Ж.** – саясаттану ғылымдарының докторы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, «баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер» кафедрасының профессоры, Алматы, Қазақстан

**Ауесбай К.А.** – филология ғылымдарының кандидаты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, «ЮНЕСКО-ның журналистика және коммуникация» кафедрасының доценті, Алматы, Қазақстан.

#### **Information about the authors:**

**Mukhamadieva L.I.** – Senior Lecturer, Department of Publishing, Editorial and Design Arts, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**Ibrayeva G.Zh.** – Doctor of Political Sciences, Professor, Department of Publishing, Editorial and Design Arts, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**Auesbay K.A.** – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of UNESCO for Journalism and Communication, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.