

«Alikhan Bokeikhan University» ББМ

ӘОЖ 811.512.122

Қолжазба құқығында

АҚАБАЕВА МАДИНА ОТАНОВНА

**Қазақ тіліндегі медиамәтіндердің лингвокогнитивтік аспектісі
(балаларға арналған телебағдарлама мәтіндері бойынша)**

6D020500 – Филология

Философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация

Ғылыми кеңесші
Филология ғылымдарының докторы,
Абикенова Г.Т.

Ғылыми кеңесші
Филология ғылымдарының докторы,
профессор Сейітова Ш.Б.

Шетелдік ғылыми кеңесші
доктор PhD, профессор Н. Бирай
(Түркия мемлекеті, Памуккале университеті)

Қазақстан Республикасы
Семей, 2024

МАЗМҰНЫ

	АНЫҚТАМАЛАР.....	3
	КІРІСПЕ.....	5
1	МЕДИАМӘТІНДЕРДІ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ ТҰРҒЫДА ЗЕРТТЕУДІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ӘДІСНАМАЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ.....	12
1.1	Медиалингвистика – БАҚ тілін зерттеудің жаңа бағыты.....	12
1.2	Медиамәтіндердің интерпретациясы, типологиясы мен негізгі категориялары.....	24
1.3	Медиамәтіндерді когнитивтік тұрғыда зерттеудің әдіснамалық негіздері.....	47
2	БАЛАЛАРҒА АРНАЛҒАН МЕДИАМӘТІНДЕРДІҢ ТІЛДІК ЖӘНЕ КОНЦЕПТУАЛДЫҚ КЕҢІСТІГІ.....	56
2.1	Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінің лингвистикалық сипаты.....	57
2.2	Телебағдарлама мәтіндеріндегі когнитивтік бірліктердің тілдік репрезентациясы.....	70
2.3	Медиамәтіндердегі «Балалық шақ», «Туған жер», «Достық» концептілерінің метафоралық моделдері мен вербалды ассоциативті өрісі.....	95
	ҚОРЫТЫНДЫ.....	114
	ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ.....	118
	ҚОСЫМША А - «Туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерінің метафоралық модельдері.....	125
	ҚОСЫМША Ә – Сауалнама сұрақтары мен қорытындылары.....	127
	ҚОСЫМША Б - Статистикалық зерттеу нәтижесі.....	134

АНЫҚТАМАЛАР

Антропоөзектік парадигма – тілді адамның танымдық ойлау қабілетімен байланыстырып қарайтын ғылыми парадигма.

Антропоөзектік бағыттар – когнитивті лингвистика, этнолингвистика, психолінгвистика, социолінгвистика, лингвомәдениеттану. Қазіргі таңда қазақ тіл білімінің мәселелері тілдің жүйелік-құрылымдық қызметімен қатар, осы бағыттар негізінде зерттеліп тілдің танымдық қызметінің шеңбері кеңейе түсті.

Ақпарат – фактілер мен оқиғалар, процестер туралы хабарламалар. Адамға әр түрлі арналар арқылы келетін және оның санасында өңделіп, сұрыпталатын, кодталатын мәліметтер, деректер, білімдер, коммуникация процесінде тілдік құрылымдар арқылы ұсынылып жеткізілетін білімдер.

Аялық білім – концептінің мазмұнына негіз, фон болатын білім түрі.

Аксиология – құндылықтарды философиялық тұрғыда зерттеу.

Ассоциация – әлемді тануда адам санасында алғаш пайда болатын менталды сигналдар, білім алудың бір тәсілі.

Әлем бейнесі – шындықтың ақыл-ойдағы үлгісі, әлем, өзіміз және жалпы өмір туралы идеялар мен білімдердің жиынтығы.

Бейвербалды коммуникация – сөздер мен басқа да тілдік бірліктерге сүйенбейтін ым-ишара тілі.

Вербалдық коммуникация – ауызша коммуникация, тіл құралдарының көмегімен қарым-қатынас жасау.

Интерпретация – түсіндіру, талдау. Сөздегі, мәтіндегі күрделі ұғымдарға талдау жасау, түсініктеме беру.

Концепт – адам тәжірибесіндегі идеалды түсініктің ең кішкене бірлігі. Белгілі бір мәдени болмыстың негізгі ұясы.

Концептуалдық метафора басқа метафора сияқты сөйлеушінің санасында негізгі екі компоненттің: аталатын және ұқсату құралының бір-біріне әсер етуінен, ассоциациялануы негізінде жасалады.

Концептуализация – ақпаратты түсінуді реттейтін процесс.

Медиакеңістік – медиадискурс орын алатын орта.

Массмедиа – бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) – Басылымдар (газеттер, журналдар, кітаптар), радио, теледидар, кинематограф, дыбысжазба және бейнежазба, бейнемәтін, телемәтін, жарнамалық тақталар, үй бейнеорталықтары, теледидарлық, телефондық, компьютерлік желілерді біріктіретін және басқа да байланыс желілері.

Медиа – 1. Бұқаралық қоғамдық ақпаратты тарату құралдарының ағылшын-америкалық атауы. 2. Ақпарат жасау, жазу, көшіру, көбейту, сақтау, тарату, қабылдау және субъект (агенттік, автор) пен объект (көпшілік аудитория, адресат) арасында хабар алмасуды жүзеге асыратын техникалық құралдар.

Медиадискурс – бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен жасалатын, тілдік құралдар арқылы кең және әр түрлі аудиторияның дүниетанымы мен қоғамдық пікірін қалыптастыруды мақсат ететін дискурс түрі.

Медиамәтін – әлеуметтік сөзжұмсақтық құбылыс, жоғары деңгейдегі коммуникативтік бірлік, социум өмірінің барлық саласындағы ақпаратты қамтитын ауқымды дүние.

Мәдени детерминизм тек әлеуметтік-мәдени себептерге негізделген адамның мінез-құлқын түсіндіру, мәдениет біздің эмоционалдық және мінез-құлық деңгейінде кім екенімізді анықтайды, сонымен қатар, қоғамдағы экономикалық, әлеуметтік, саяси құрылымдар мен институттарды қалыптастырады деген сенім.

Мультимодальділік – ақпарат берудің тілдік және бейвербалды амалдарын (мультфильмдер, фотосуреттер, шрифт, түс) қолдану.

Ойсурет – концептінің ең күрделі формасы, концепт құратын элементтерді санада метафоралау, суреттеу тәсілі.

Реципиент – ақпаратты алушы, сіңіруші, пайдаланушы.

Схема (сызба) – концептінің графикалық немесе сызықтық таңбалар арқылы берілген формасы. Когнитивтік санадағы ақпаратты бір құрылымда таныту тәсілі болып табылады.

Сценарий – фрейм тармақтарының төңірегіндегі оқиғалар мен жағдаяттар жүйесінен құралған концептінің күрделі түрі.

Скрипт – концептілік құрылымының бір типі. Скрипт құрайтын негізгі элемент – фрейм.

Таным – ақиқат болмыстың адам санасында мақсатты және белсенді түрде бейнеленуі.

Тілдік репрезентация – тілдік фактілерді барынша нанымды түрде түсіндіру.

Ұлттық код – халықтың өзіне ғана тән тарихи қалыптасқан мәдени болмысы.

Фрейм – концептінің құрылымдық элементі.

Фасцинация – (лат. Fascino – сиқырлау, өзіне тарту, баурап алу деген сөз) баурап алу берілген ақпаратты қабылдауда реципиенттің қызығушылығын арттыру арқылы оған әсер етуді білдіреді.

КІРІСПЕ

Зерттеудің өзектілігі. Жаһандану дәуіріндегі саяси-экономикалық, ғылыми-техникалық, мәдениаралық байланыстар нәтижесінде жаңа ақпараттық технологиялар және ақпарат алмасудың интегративтік салалары қарқынды дамыды. Заманауи ақпараттық кеңістікте ақпараттар ағыны түрлі интернет - порталдар, электронды және баспа басылымдар, теле және радиобағдарламалар арқылы тарайтындықтан ХХІ ғасырдағы адамдардың қоғамдық өміріндегі БАҚ-тың маңызы арта түсті.

Медиамәтін – бұқаралық ақпарат құралдарының арналары арқылы таратылатын ақпараттардың тізбегі. Яғни баспасөз, теледидар, радио, театр, кино, тіпті ғаламтордан да таратылатын ақпараттың барлығы медиамәтіннің қатарына енеді. Медиамәтін – таза ақпараттық қызмет атқаратын қатынас құралы ғана емес, вербалды және медиа деңгейлердің белгілерін біріктіретін поликодтық жүйе, ұлттың рухани, мәдени коды.

Медиамәтіндерді тілдік тұрғыда зерттеу медиалингвистика саласының нысаны болып табылады. Медиалингвистика – БАҚ мәтіндерін кешенді түрде зерттейтін пәнаралық сала. Ғылым мен техниканың дамуына байланысты пайда болып, біртіндеп ақпарат таратудың күрделенген түріне айналған бұқаралық ақпарат құралдары вербалды, аудиалды және аудиовизуалды болып бөлінеді. Медиамәтіндерді вербалды және медиа деңгейлердің белгілерін біріктіретін поликодтық жүйе ретінде қарастыру медиамәтіндердің басқа мәтін түрлерінен тілдік ерекшелігін анықтауға мүмкіндік береді. Вербалды және медиалық деңгеймен қатар медиа тілдің маңызды құрамдас бөлігі – концептуалды немесе когнитивтік-идеологиялық деңгей.

Телехабарлар тілі қазіргі ғылымда философия, психология, стилистика, әлеуметтік лингвистика, прагмалингвистика салаларында қарастырылып, әр түрлі аспектілерде зерттеліп жүр. Қазақ тіл біліміндегі медиамәтіндерге қатысты зерттеулердің басым бөлігі баспасөз мәтіндерін қарастыруға арналған, ал қазақ тіліндегі теледидар және радио мәтіндерін лингвистикалық тұрғыда зерттеудің кенжелеп қалғаны байқалады. Сондықтан, заманауи тіл білімінде теледидар мәтіндерін медиалингвистика аясында кешенді зерттеудің қоғамдық пікір қалыптастыруда, қоғамдық сананы көтеруде маңызы зор.

Қазіргі лингвистика ғылымындағы зерттеулерде адам факторына ерекше назар аудару үрдісі байқалады. Дәстүрлі қазақ лингвистикасында да, құрылымдық грамматикада да бұрын жеткілікті дәрежеде мән берілмеген адам мен тіл, тіл мен таным, тіл және ойлау, тіл және сана сияқты ұғымдарға назар аударыла бастады. Ғалымдар адам факторын зерттеу адамның мәнін сипаттайтын көптеген ғылыми салалардың қалыптасуына негіз болатындығын түсініп, антропоөзектілік парадигмасын алға тартты, өйткені бұл тілдің зерттелмеген жаңа аспектілерін тануға мүмкіндік береді.

Диссертациялық жұмыс қазақ тіліндегі балаларға арналған телебағдарламалар мәтіндерін (2010-2024 жж.) антропоөзектік парадигма

аясында лингвокогнитивтік тұрғыдан зерттеуге арналған. Антропоэзектік парадигма адамзат тілін жүйелік-құрылымдық парадигмамен сабақтастыра зерттей отырып, оның қарым-қатынас құралы ретіндегі қызметімен қатар, ұлттың рухани, мәдени коды ретіндегі сипатын ашуды мақсат етеді және ұлттың бүкіл рухани қазынасын жинақтап сақтайтын тіл деректерін халық тарихымен, мәдениетімен, ой-танымымен, жан ілімімен бірлікте қарайды.

Сондықтан қазақ тіліндегі балаларға арналған телебағдарламалар тілін антропоэзектілік парадигма аясында когнитивтік аспектіде қарастыру – қазіргі тіл білімінің заманауи деңгейіне сәйкес аса өзекті мәселе.

Тақырыптың зерттелу деңгейі. Қазақ тіліндегі теледидар мәтіндерін лингвистикалық тұрғыда зерттеген еңбектер санаулы ғана. Қазақ тіліндегі телемәтіндер туралы алғашқы ғылыми пікірлер академик М. Серғалиевтің «Халық кеңесі», «Егемен Қазақстан», «Ана тілі» сияқты басылым беттерінде жарық көрген «Көгілдір экраннан айтылар сөз немесе осы төңіректегі кейбір ойлар» [1], «Ой мен сөздің жарасымы немесе телехабарлар тіліндегі кейбір кемшіліктер туралы» [2], «Радио және телехабарлар тілі туралы» [3] тақырыбындағы мақалаларынан бастау алады.

Ғалым «Қазақ терминологиясы және тіл мәдениетінің мәселелері» атты республикалық ғылыми-практикалық конференцияда жасаған «Телехабарлар тілінің лексикасы және тіл мәдениеті» [4] тақырыбындағы баяндамасында қазақ теледидар тілінің стилі, тіл тазалығы, телебағдарламалардың тақырыптық-мазмұндық ерекшеліктері және теледидардың ұлт тәрбиелеудегі қоғамдық рөлі жөнінде сөз қозғайды. Отандық телемәтіндер тілін ғылыми тұрғыда арнайы зерттеген ғалымдар ретінде Г. Машинбаева мен Д. Бисмильдинаны атауға болады. Г. Машинбаева «Теледидар тілінің лингвопрагматикалық аспектілері» [5] және Д. Бисмильдинаның «Теледидар тілі» [6] атты зерттеулері қазақ тіліндегі теледидар мәтіндерін лингвистикалық тұрғыда қарастырған көлемді еңбектер болды.

Қазақ тіліндегі теледидар тілін алғаш рет диссертациялық деңгейде зерттеген Г.А. Машинбаева телебағдарламалар тіліндегі «медиа», «массмедиа», «бұқаралық коммуникация» сияқты терминдерге түсініктеме береді, телемәтіндерді лингвопрагматикалық аспектіде қарастырады. Ғалым теледидар тілінің жанрлық-стильдік ерекшеліктерін талдай келе, мынадай тұжырым жасайды: «Теледидар тілі публицистикалық стильдің бір тармағы болғанымен, оның бойында көркем әдебиет стилі, ғылыми стиль, кеңсе, іс-қағаздар стилі, ауызекі сөйлеу стилі және олардың жанрлық белгілері қоса жүреді» [5, бб. 61-63]. Д. Бисмильдинаның «Теледидар тілі» тақырыбындағы ғылыми еңбегінде қазақ тіліндегі телехабарлар тілі сөз мәдениеті тұрғысынан зерттеліп, лексика-грамматикалық ерекшеліктері талданады. Аталған зерттеулерде жалпы теледидар мәтіндері стилистикалық және лингвопрагматикалық аспектіде қарастырылған. Қазақ тілінде балаларға арналған телебағдарлама мәтіндері лингвистикалық тұрғыда арнайы зерттелмеген.

Зерттеудің мақсаты мен міндеттері. Зерттеудің негізгі мақсаты – балаларға арналған отандық телебағдарламалар мәтіндерінің когнитивтік модельдер мен концептілер жүйесін айқындау арқылы қазіргі қазақ медиамәтіндерінің ұлттың рухани, мәдени коды ретіндегі сипатын ашу.

Бұл мақсатқа жетуде мынадай міндеттер белгіленді:

– тіл біліміндегі «медиамәтін» ұғымын зерттеуге бағытталған теориялық тұжырымдарды саралап, медиамәтіндерді антропоэекті парадигма аясында когнитивті аспектіде қарастырудың әдіснамалық негіздерін айқындау;

– балаларға арналған медиамәтіндердің тақырыптық-мазмұндық, жанрлық классификациясын жасау, тілдік ерекшеліктерін дәйектеу;

– телебағдарлама мәтіндеріндегі тұрақты тіркестер, концептуалды метафоралар сияқты когнитивтік бірліктердің қазақ медиабейнесін түзудегі танымдық қызметін анықтау;

– қазіргі қазақ медиамәтіндерінің антропоэектік сипаты мен ұлттық кодын балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінің метафоралық және фразеологиялық тілдік бейнесі негізінде ашу;

– медиамәтіндердегі символдардың танымдық-ақпараттық құрал ретіндегі лингвокогнитивтік уәжділігін айқындау;

– медиамәтіндердегі балалардың әлем туралы ұлттық-мәдени танымын бейнелейтін «туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерінің метафоралық модельдерін құру, медиакөңістіктегі концептуалдық мазмұнын анықтау арқылы аталған концептілердің менталды сипатын ашу.

Зерттеудің нысаны. Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндері.

Зерттеудің пәні. Қазақ тіліндегі балаларға арналған медиамәтіндердің лингвокогнитивтік ерекшеліктері.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы:

– диссертацияда алғаш рет қазақ тіліндегі балаларға арналған медиамәтіндер антропоэекті парадигма аясында қарастырылып, лингвокогнитивтік аспектіде зерттелді;

– балаларға арналған қазақ медиамәтіндерінің түрлері сараланып, жанрлық-тақырыптық топтарға жіктелді, лингвомедиалық ерекшеліктері анықталды;

– телебағдарлама мәтіндеріндегі символдар, концептуалды метафоралар, тұрақты тіркестер сияқты когнитивтік бірліктердің қазақ медиабейнесін түзудегі танымдық қызметі зерттелді;

– медиамәтіндерде кездесетін паремиялық бірліктер мазмұнындағы ұлттық код айқындалды;

– алғаш рет балаларға арналған отандық телебағдарламалар мәтініндегі балалардың әлем туралы ұлттық-мәдени танымын бейнелейтін концептілердің менталды сипаты ашылды;

– медиамәтіндердегі «балалық шақ», «туған жер», «достық», концептілерінің когнитивтік моделі құрылып, концептілік өрісі айқындалды.

Зерттеу жұмысының теориялық маңызы. Диссертацияда қол жеткізілген жаңалықтар мен тұжырымдар қазақ тіл біліміндегі медиалингвистика, когнитивтік лингвистика, мәтін лингвистикасының теориялық тұрғыдан жаңа тұжырымдармен толығына септігін тигізеді.

Зерттеу жұмысының практикалық маңызы. Зерттеудің негізгі нәтижелері мен қорытындыларын «Медиалингвистика» саласындағы ғылыми зерттеулер жасауға, жоғары оқу орындарында «Медиалингвистика», «Когнитивті лингвистика», «Мәтін лингвистикасы» сияқты курстарды жүргізуге және оқу құралдарын жазу барысында қолдануға болады.

Зерттеу әдістері. Зерттеу барысында теориялық материалдарды өңдеуде жинақтау, сұрыптау, салыстыру, сипаттау, қорытындылау сияқты жүйелік талдау әдістері қолданылды.

Көп деңгейлі және көпөлшемді құбылыс болып табылатын медиамәтіндерінің танымдық мәні мен концептілік жүйесін анықтауда концептуалдық талдау, когнитивтік интерпретация әдісі, метафоралық модельдеу, фреймдік талдау, контент-талдау тәрізді комбинаторлық интегративті әдістер пайдаланылды.

Медиамәтіндердегі концептілік жүйе элементтерінің сандық мәліметтерін талдау барысында статистикалық талдау, сауалнама жүргізу сияқты эмпирикалық зерттеу әдістері қолданылды.

Зерттеу жұмысының дереккөздері. Зерттеудің дереккөздері ретінде 2010-2023 жылдар аралығындағы отандық теларналардағы «Үйрен де жирен», «Еркетай», «Әжемнің ертегісі», «Қуырмаш», «Баламен бетпе бет», «Қуыр-қуыр-қуырмаш», «Айгөлек», «Эфирде Аека», «Толағай», т.б. балаларға арналған телебағдарлама мәтіндері алынды. Зерттеу дереккөздерінен жинақталған материалдар ішінде талдауға түскен тілдік бірліктер саны – 600.

Зерттеудің теориялық және әдіснамалық негіздерін медиалингвистика саласы бойынша М. Мантгомери, Н. Фейерклав, Р. Фаулер, Т.Г.Добросклонская, М. Серғалиев, Қ.Ө. Есенова, Д. Бисмильдина, Г.Машинбаева, Ф.З. Жақсыбаева; дискурстық зерттеулер Т.А. ван Дейк, В.И.Карасик, Б.А. Ахатова, Б. Момынова; мәтін лингвистикасы Б. Шалабай, Ғ. Әнес, Г. Смағұлова; концептология мен когнитивтік лингвистика саласы бойынша В.А. Маслова, Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Дж. Лакофф, Н.Д. Арутюнова, М.В. Пименова, Ж. Манкеева, Э.Д. Сулейменова, Қ. Жаманбаева, Э. Оразалиева, т.б. ғалымдардың еңбектері құрады.

Қорғауға ұсынылатын тұжырымдар:

1. Медиамәтіндерді тіл білімінің когнитивтік, прагматикалық, лингвомәдени, этнолингвистикалық т.б. бағыттарына сәйкес кешенді зерттеу – бүгінгі таңдағы медиалингвистика саласының міндеті болып табылады. Осыған орай медиалингвистиканың зерттейтін мәселелеріне медиамәтіндердің тілдік сананың қалыптасуына ықпалы, функционалдық және стильдік ерекшеліктері, прагматикалық қызметі, медиамәтін және медиадискурстың арақатынасы,

медиамәтіндердің когнитивтік сипаты, медиамәтіндердің концептілік жүйесін айқындау жатады.

2. Медиамәтіндердің негізгі белгілері: медиалық, ақпараттылық, ашықтық, мәдени детерминизм. Медиамәтіндерді медиалық таралу әдісі, жасалу тәсілі, пәні және қызмет түрі, стилі мен тақырыбы, дискурс бойынша бірнеше түрге жіктеуге болады. Балаларға арналған медиамәтіндер медиалық (ақпараттық), фасцинация (тартымдылық), мультимодальділік, аксиологиялық, прагматикалық, интегративтілік, интерпретациялық сипаттарға ие.

3. Балаларға арналған медиамәтіндерді жас ерекшеліктеріне байланысты: бөбектерге арналған (0-3 жас), мектепке дейінгі (3-7 жастағы) балаларға арналған, кіші мектеп жасындағы (7-11) балаларға арналған, жеткіншек жастағы балаларға арналған (11-15) телемәтіндер деп жіктеуге болады. Жанрлық-спецификалық түрлеріне қарай: танымдық-ақпараттық, оқу-танымдық, ойын-сауық шоу бағдарламалар, спорттық ойын-сауық шоу бағдарламалар, көркем медиа деп топтауға болады.

4. Медиамәтін – әлемнің медиабейнесін жасаушы негізгі фактор. Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндеріндегі символдар, концептуалды метафоралар, тұрақты тіркестер қазақ медиабейнесін түзуге қызмет етеді. Балаларға арналған медиамәтіндердегі фразеологизмдер – бала санасында дүние туралы фразеологиялық білімдерді сақтау және жүйелеу құралы. Медиамәтіндердегі символдардың танымдық негізі – уәжділік.

5. Паремиялық бірліктерді антропоэзектік бағытта зерттеу олардың ұлттық код ретінде танылуына бірден-бір жол ашады. Ұлттық код халықтың ой-танымын, наным-сенімі мен дүниеге көзқарасын, ұлттық болмысын ұрпақтан-ұрпаққа жеткізуші мақал-мәтелдер мазмұнында сақталған. Медиамәтіндердегі мақал-мәтелдер – халықтың болмыс-бітімі, табиғаты, тәлім-тәрбиесі мен әлеуметтік тыныс-тіршілігі, материалдық және рухани әлемі, жалпы тарихи қалыптасуы жайлы ақпараттар жиынтығы.

6. Медиамәтіндердегі «дала», «шаңырақ», «қамшы» концептілері бала санасындағы ұлттық таным мен дәстүрлі тұрмыс салты арқылы модельденіп, ұлттық ерекшеліктермен кодталған ұғымдар арқылы репрезентацияланады. Медиамәтіндерде «балалық шақ», «туған жер», «достық» концептілерінің метафоралық модельдері мен фреймдік құрылымдары балалардың әлем туралы ұлттық-мәдени танымын бейнелейді.

Зерттеу жұмысының талқылануы мен жариялануы. Диссертацияның негізгі нәтижелері мен қорытындылары отандық және шетелдік басылымдарда, халықаралық ғылыми-теориялық және практикалық конференцияларда жарияланды.

Оның ішінде ҚР ҒжЖБМ ұсынған басылымдарда 6 мақала, халықаралық ғылыми-теориялық және практикалық конференцияларда 5 мақала жарияланды.

ҚР Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым және жоғары білім саласындағы сапаны қамтамасыз ету комитетінің ғылыми қызметтің нәтижелерін жариялау үшін ұсынылатын басылымдарда 6 мақала:

1. Қазіргі қазақ медиамәтіндерінің әлеуметтік және когнитивтік ерекшелігі. Қазақстанның ғылымы мен өмірі. Халықаралық ғылыми журнал. Филология сериясы. № 8. (2020, 161-165 бб).

2. Медиамәтіннің әлеуметтік регуляция құралы ретіндегі қолданысы. Медиалингвистика шеңберінде дискурстық зерттеу// Қазақстанның ғылымы мен өмірі. Международный научный журнал. Филология сериясы. №7 (2020, 170-175 бб)

3. Медиамәтін – әлемнің медиабейнесін жасаушы негізгі фактор. Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ Хабаршысы. Филология сериясы. №4 (67) 2022

4. Медиадискурс лингвистикалық зерттеу нысаны ретінде //Торайғыров университетінің Хабаршысы. Филология сериясы № 3. (2022, 22-31 бб).

5. Медиакommunikацияның лингвистикалық мәселелері // Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ Хабаршысы. Филология сериясы, №1(64) (2022, 21-34 бб.)

6. Linguo-cognitive features of media texts for children (based on TV programs in Kazakh language). Торайғыров университетінің Хабаршысы. Филология сериясы. № 4. (2023, 3-5 бб).

Халықаралық конференция жинақтарында– 5 мақала:

1. Қазіргі қазақ медиамәтіндерінің прагматикалық ерекшеліктері. Тюркская лингвокультурология: проблемы и перспективы. Материалы X Международной научно практической конференции. Казань, 20-21 февраля 2019 г.

2. Қазіргі қазақ баспасөзіндегі медиамәтін сипаты және тіл біліміндегі психолінгвистикалық бағыт. «Рәбиға Сыздық феномені: Қазақ тіл білімінің бүгінгі мен болашағы» халықаралық ғылыми-теориялық конференция материалдары. Абай атындағы қазақ ұлттық педагогикалық университеті. Алматы, 22 қараша, 2019 жыл. 162-166 беттер.

3. Тілдік жағдаяттың қазіргі қазақ медиамәтіндеріндегі көрінісі және оның қазіргі қазақ тілінің экспрессивтік стилистикалық жүйесінің дамуына әсері. Әл-Фараби атындағы қазақ ұлттық университеті. Берікбай Сағындықұлының 80 жылдығына арналған «Тарих және таным: көне мұралар тілін зерттеудің парадигмасы» атты халықаралық ғылыми-теориялық конференция материалдары. Алматы, 24 мамыр, 2019 жыл, 279-283 беттер.

4. Балаларға арналған медиамәтіндердің тілдік-стилистикалық ерекшеліктері. Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті. М.Серғалиевтің 85 жылдығына арналған «Мырзатай Серғалиев және филология мәселелері» атты ғылыми-практикалық конференция материалдары. Астана, 2023, 86-91 бб.

5. Балаларға арналған медиамәтіндердің лингвокогнитивтік аспектісі. Тюркская лингвокультурология: проблемы и перспективы. Материалы XV Международной научно-практической конференции, Казань, 21 февраля 2024 г.

Диссертация құрылымы. Зерттеу жұмысы кіріспеден, екі бөлімнен, қорытындыдан, пайдаланылған әдебиеттер тізімінен, қосымшалардан тұрады. Диссертациялық жұмыстың көлемі қосымшаларсыз 124 беттен тұрады.

1 МЕДИАМӘТІНДЕРДІ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ ТҮРҒЫДА ЗЕРТТЕУДІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ӘДІСНАМАЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

1.1 Медиалингвистика – БАҚ тілін зерттеудің жаңа бағыты

Қазіргі қоғамдағы бұқаралық коммуникацияның қарқынды дамуы, телеарналардың, радиостанциялардың, баспасөз басылымдарының желілік нұсқаларының көбеюі және интернет-басылымдардың шығуына байланысты қазіргі заманғы батыстық және отандық зерттеушілер тіл қызметінің ерекше спецификалық саласы ретінде қарастыратын жаһандық ақпараттық кеңістік пайда болды. Бұл лингвистикалық зерттеулерде жаңашыл көзқарасты қажет етті. Соның нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдарындағы сөйлеу тілін белсенді түрде зерттеу тіл білімінің жаңа саласының қалыптасуына әкелді. 20 ғасырдың соңына қарай шетел тіл білімінде медиалингвистика БАҚ тілін зерттеудегі жаңа дербес бағыт ретінде танылды.

Медиалингвистика – тілдің баспа, аудиовизуалды және желілік БАҚ арқылы ұсынылатын медиа саласында немесе қазіргі бұқаралық коммуникацияда қалай қызмет ететінін зерттейтін тіл білімінің бір саласы. «Медиалингвистика» атауы «медиа» және «лингвистика» деген екі терминнен құралған. Қазіргі кезде «масс-медиа», «медиа» терминдері мерзімді баспасөз, теледидар, радио хабарламалар, интернет беттеріндегі ақпарат көздері, сонымен қатар кино, видео, ұялы телефондық байланыс және т.б. бұқаралық коммуникация құралдарының жиынтық атауы ретінде қолданылады.

Медиалингвистика тілді қолданудың белгілі бір саласын – БАҚ тілін зерттейді. Медиалингвистикада мәтінді өңдеудің барлық әдістері: жүйелік талдау әдістерінен бастап, логикалық, эмпирикалық, социалингвистикалық әдістерге дейін қолданылады.

Медиалингвистиканың дербес ғылыми сала ретінде қалыптасуы ақпараттық-коммуникациялық қоғам жағдайындағы тілдің даму динамикасына әсер етеді. Ал 2000 жылға дейін тілдің бұқаралық ақпарат құралдары саласындағы қызметін тіл ғылымының әртүрлі салаларының – әлеуметтік лингвистика, психолингвистика, когнитивтік лингвистика өкілдері зерттесе, одан кейінгі кезеңде тіл ғылымының барлық зерттеулерін біріктіруге қажетті алғышарттар қалыптасты. БАҚ тілін бір арнайы пән аясында – медиалингвистика аясында қарастыру қажеттігі туды. Бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіндік корпусын зерттеуге арналған еңбектерді талдау ХХ ғасырдың соңына қарай жинақталған білім мен тәжірибені дербес ғылыми бағыт ретінде қарастыру үшін барлық қажетті жағдайлар жасалғанын көрсетеді. Басқаша айтқанда, бұқаралық ақпарат құралдарының тілін зерттеулердің жиынтығы бұл саладағы зерттеулердің жаңа сапаға – БАҚ тілінің жүйелі, кешенді зерттелуін қамтамасыз ететін медиалингвистикаға көшуіне ықпал етті, сонымен қатар, медиамәтін медиалингвистиканың басты зерттеу нысаны болып саналды.

ХХ ғасырдың 90-жылдарында ағылшын тіліндегі ғылыми әдебиетте пайда

болған медиамәтін термині халықаралық академиялық орталарда да, ұлттық медиадискурстарда да тез тарады. Медиамәтін ұғымының ғылыми айналымда жылдам орнығуы бұқаралық коммуникация саласындағы тілдің қызмет ету ерекшеліктерін зерттеушілердің тарапынан қызығушылықтың артуына байланысты болды.

Медиамәтіндердің тілін Т.А. Ван Дейк, М. Мантгомери, А. Белл, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер сияқты шетелдік ғалымдар лингвистиканың түрлі бағыттары аясында қарастырады. Бұл ғалымдардың зерттеулерінде медиамәтіндер әлеуметтік лингвистика, когнитивті лингвистика, функционалды стилистика, риторикалық сын тұрғысынан талдауға түседі және медиамәтіндердің түрлері мен функционалды стилистикалық ерекшеліктері айқындалады.

Медиамәтіндерге әлеуметтік - мәдени факторлардың әсері және тұтынушыға әсер етудің лингвистикалық медиа технологиялары болды.

Т.А. Ван Дейк «Билік және медиа жаңалықтар» [7] атты еңбегінде медиамәтіндерді әлеуметтік лингвистика тұрғысынан қарастыра келіп, билік пен медианың қарым-қатынасын жан-жақты ашады, медиадискурс қызметіне тоқталады. Ғалымның тілдік коммуникацияны әлеуметтік психология тұрғысынан қарастыруға арналған «Тіл. Таным. Коммуникация» атты еңбегінде лингвистикалық прагматика, мәтінді түсіну және қалыптастыру, бұқаралық ақпарат жүйелерінде тілдің қызметі туралы мәселелер қамтылады. Автор әлеуметтік-мәдени факторлардың тілді қолдану механизміне әсерін жан-жақты талдап көрсетеді [8]. Т.А. Ван Дейктің пікірінше, оқырманның психикалық модельдерінің қалыптасуына (оқиғаларды субъективті түсіндіру, рухани құндылықтарды қайта қарау, бір нәрсеге немесе біреуге көзқарас) жарияланымның жалпы тақырыбы емес, медиамәтін авторының көзқарастұжырымдары әсер етеді [8, б. 139]. Сондықтан медиамәтінді белгілі бір әлеуметтік-мәдени мақсатта қолдануда автор оқырмандардың (көрермендердің) санасы мен қабылдауына әсер ететін барлық тиімді тәсілдерді ескере білуі керек.

Медиалингвистика саласында британдық лингвист М. Мантгомери еңбектері де маңызды орын алады. М. Мантгомери «Introduction to Language» атты еңбегінде медиамәтіндердің әлеуметтік рөлін жан-жақты талдай келе: «Ең алдымен медиамәтіндер қазіргі адамзат қоғамы үшін ақпарат көзі болып табылады. Медиамәтін ақпаратты қабылдаушыларға қатысты ақпараттық қызметтен басқа да роль атқарады. Олардың ішінде адамның ең жоғары рухани қажеттіліктерін қоршаған ортамен және оның мораль мен этика талаптарына жауап беретін құндылық-мотивациялық негіздерін қалыптастырумен байланысты әлеуметтік-мәдени қызметі ерекше орын алады» [9, б. 132]- деген тұжырым жасайды.

Ғалымның пікірінше, тілдік қарым-қатынасты оңтайландыру контекстінде медиамәтіннің рөлі ақпаратты тасымалдау ғана емес, сонымен қатар қоғамдық шындықтың ашылуына ықпал ету. Бұқаралық ақпарат құралдарында

медиамәтін шындық өмірден алынған оқиғаларға, құбылыстарға негізделеді. Сондықтан медиакеңістікте кері байланыс, диалогтік қарым-қатынас, интерактивтілік ұғымдары ерекше өзектілікке ие болуда.

М. Мантгомери медиамәтін авторының мақсаты – аудиториямен барынша белсенді диалогтық қарым-қатынас орнату деп есептейді.

Ғалымның бұл пікірін өте орынды деп санаймыз, себебі, медиамәтін өзінің аудиториясына идеялық-психологиялық маңызы бар ақпаратты мақсатты түрде таратады, аудиторияны белгілі бір әрекетке итермелейді.

Медиамәтіндердің әлеуметтік маңызды бұқаралық ақпарат құралы ретіндегі қызметіне қоғамда орын алып жатқан түрлі оқиғаларға түсініктеме беру, қалыптасқан нормалар мен қатынастарды көрсету, көпбағытты әлеуметтік белсенділікті үйлестіру, қоғамдық пікірді қалыптастыру, әлеуметтік қатынастарды қолдау сияқты қызмет түрлері жатады. Медиамәтіннің аталған қызметтері қоғам деңгейіндегі әлеуметтік байланыстар жүйесін қамтамасыз етеді.

Бұқаралық ақпарат құралдары тілін әлеуметтік лингвистика бағытында зерттеушілердің бірі, ағылшын лингвисті Норман Фейерклафтың тұжырымдауынша, бүгінгі таңда қоғамда ақпараттық және тілдік мәдениеттің жоғары деңгейін қалыптастыру, ұлттық тіл мен сөйлеу мәдениетін сақтау өткір мәселе болып отыр.

БАҚ мәтіндерін кең контексте қарастыру тілдің қоғамда қызмет етуіне әлеуметтік – психологиялық, саяси және мәдени факторлардың әсерін түсінуге және түсіндіруге жағдай жасайды [10].

Роберт Фаулердің «Language in the News: discourse and ideology in the press» атты зерттеуінде БАҚ мәтіндерінің лингвистикалық мәселелері қарастырылады.

Р. Фаулер өз зерттеуінде медиамәтіндердің қоғамдағы рөлін анықтай келе: «Бүгінгі күні бұқаралық ақпарат құралдарының тілі бұқаралық коммуникация саласында жұмыс істейтін мәтіндердің бүкіл жиынтығы ретінде ғана емес, сонымен қатар, лингвостилистикалық қасиеттер мен белгілердің нақты анықталған жиынтығымен сипатталатын тұрақты тілішілік жүйе ретінде түсініледі. Сонымен қатар, бұл жүйенің маңызды сипаттамаларының бірі – бұл баспа, радио, теледидар немесе интернет болсын, әрбір БАҚ-қа тән вербалды және аудиовизуалды компоненттердің арақатынасы. Бұқаралық ақпарат құралдары лингвистикасының пәнін құрайтын «БАҚ тілі» ұғымы тілдің қызмет ету ерекшеліктерін және бұқаралық коммуникация саласындағы сөйлеу тәжірибесінің динамикасын көрсететін өте кең зерттеу саласын қамтиды» [11, б. 45], – деп тұжырымдайды.

Медиалингвистика туралы жалпы концепцияның қалыптасуы мен дамуының ең маңызды кезеңін ХХ ғасырдың 90-шы жылдары деп санауға болады. Өйткені, дәл осы кезеңде «Медиалингвистика» жеке дербес ғылым саласы ретінде танылды. Бұқаралық коммуникация тілі жеке лингвистикалық ішкі жүйе ретінде қарастырылып, кешенді көзқарас тұрғысынан зерттелетін

бірқатар еңбектер пайда болды. Алан Белл «The Language of the News» (Жаңалықтар тілі) [12], Данута Ри «The Language of Newspapers» (Баспасөз тілі) [13], Анджелла Годдар «The Language of Advertising» (Жарнама тілі) [14] сияқты шетелдік зерттеушілер еңбектерінде аталған бағыттың теориялық мәселелері біршама тереңірек қарастырылған.

Дж. Корнер медиалингвистиканы БАҚ тілін зерттейтін болашағы зор ғылыми бағыт ретінде қарастыра отырып, оның пәнаралық сипатына тоқталды: «Медиалингвистика бұқаралық ақпарат құралдарының тілі сияқты қарқынды дамып келе жатқан салаға қатысты кең ауқымды зерттеулерді біріктірді. Бүгінгі таңда бұқаралық ақпарат құралдарының тіліне арналған әдебиеттер көп және көбінесе бұл зерттеулер пәнаралық сипатта. Медиа кеңістік аясына әртүрлі жанрлар енеді, мысалы, жаңалықтар дискурсы, деректі фильмдер және жарнама. Медиамәтін тілі әрбір жеке БАҚ-та өзгеріссіз қалмай, басқа семиотикалық жүйелермен, соның ішінде визуалды жүйелермен өзара әрекеттеседі» [15, б. 82].

БАҚ тілінің жалпы тұжырымдамасын жасаудағы айтулы кезең 2003 жылы «Бұқаралық ақпарат құралдарының тілі пәнаралық зерттеу объектісі ретінде» атты жинақтың жарық көруі болды. М.В. Ломоносов атындағы Мәскеу мемлекеттік университетінің БАҚ тілін зерттеу орталығында орындалған зерттеуде авторлар бұқаралық ақпарат құралдарының тілін қоғамды толық ақпараттандыру дәуіріндегі жалпы заңдылық ретінде қарастырады. Сонымен, ХХ ғасырдың соңына қарай медиамәтін туралы түсінік толық қалыптасып, терминнің өзі ғылыми-лингвистикалық қолданысқа берік енгенін айтуға болады.

Медиалингвистикалық бағыттағы ғылыми-зерттеу жұмыстарын талдау соңғы жиырма жылда медиалингвистика саласының қалыптасу кезеңінен сәтті өтіп, дербес ғылыми пән ретінде серпінді дамуда екенін көрсетеді. Бұған отандық және шетелдік ғалымдардың БАҚ тілін зерттеудегі еңбектері дәлел болады.

Ғылыми әдебиеттерге шолу нәтижесі соңғы жылдары жаңалықтар, публицистика, аналитика, жарнама мәтіндері сияқты медиамәтін түрлерін лингвистикалық тұрғыда қарастырған еңбектердің саны артып келе жатқанын байқатады.

Ресейде медиамәтін термині алғаш рет 2000 жылы Т.Г. Добросклонскаяның докторлық диссертациясында қолданылған [16]. Орыс тіл біліміндегі медиамәтін теориясының қалыптасуы мен дамуына, сондай-ақ оны зерттеудің әдіс-тәсілдерін айқындауға үлес қосқан зерттеушілер ретінде Г.Я. Солганик, Ю.В. Рождественский, Д.Н. Шмелев, С.И. Бернштейн, Б.В. Кривенко, С.И. Трескова, И.П. Лысакова, т.б. ғалымдарды атауға болады.

Ресейлік медиалингвистикада теледидар тілі мен интернет тілі біршама қарастырылған. О.А. Лаптеваның «Телеэкраннан жаңды орысша сөйлеу» («Живая русская речь с телеэкрана») [17] атты белгілі еңбегінде теледидарлық сөйлеудің қасиеттері зерттелсе, Г.Н. Трофимованың «Интернет дәуірінің тілдік

талғамы» («Языковой вкус Интернет-эпохи») [18] атты зерттеуінде интернет тілінің ерекшеліктері жан-жақты қамтылған.

Санкт-Петербург мемлекеттік университетінде, «Жоғары журналистика және бұқаралық коммуникациялар мектебі» институтында «Медиалингвистика XXI ғасыр» веб-сайты құрылып, белсенді жұмыс істеуде, 2014 жылы 19 «Медиалингвистика» халықаралық ғылыми журналы құрылған. Киев мемлекеттік университетінде украин тілінде «Медиалингвистика» терминологиялық сөздігі жарық көрді. Германияда 2013 жылы Мангейм университетінің Неміс тілі институты бұқаралық ақпарат құралдарының сөйлеу мәселелері бойынша ресейлік және неміс авторларының еңбектерін біріктіретін «Mediensprache und Medienkommunikation» жинағын шығарды. 2010 жылдан бастап Халықаралық қолданбалы лингвистика қауымдастығы (AILA) аясында медиалингвистика бойынша халықаралық зерттеу тобы жұмыс істейді. Қытайда да медиалингвистикаға қызығушылық артып келеді. Қытайдың әлемдік аренадағы имиджін зерттеу мақсатында көптеген университеттер шетелдік БАҚ-ты зерттеу орталықтарын құрған. 2010 жылы Пекин шет тілдер университетінде компьютердің көмегімен шетелдік БАҚ талдау орталығы құрылды. БАҚ-тың лингвистикалық бағытының дамуына Бейжің халықаралық зерттеу университетінің ғалымдары үлкен үлес қосты, онда дипломдық біліктілік жұмыстары шет тілдерінде, соның ішінде орыс тілінде жазылған және олардың көпшілігі орыс тілін талдауға арналған.

2016 жылдан бастап Халықаралық славянистер комитеті жанындағы БАҚ-лингвистикалық комиссияның бастамасымен «Тіл БАҚ координаттарында» конференциялары жүйелі түрде ұйымдастырылып келеді, оның алғашқысы Болгарияда Шумен университетінде өткен.

2019 жылы Санкт-Петербург университетінің профессоры Л.Р. Дускаеваның редакциясымен авторлар ұжымы жасаған «Медиалингвистика терминдер мен концепцияларда» [19] атты сөздік-анықтамалық кітаптың 2019 жылы шығуы медиалингвистиканың дамуындағы елеулі нәтиже болды.

Осылайша, соңғы жылдары медиалингвистика ұзақ жолдан өтіп, дербес ғылым саласы мәртебесіне ие болды.

Қазіргі уақытта медиалингвистиканың 7 түрлі негізгі зерттеу бағытын бөліп көрсетуге болады:

1. БАҚ тілінің тілдік мәртебесін айқындау, оны негізгі парадигмалық тіл – сөйлеу, мәтін – дискурс тұрғысынан сипаттау.

2. Медиамәтіндерді тілдің негізгі функцияларын жүзеге асыру дәрежесі тұрғысынан және тарату арнасы (баспасөз, радио, теледидар, интернет) бойынша жіктеу, медиадискурстың функционалдық-стильдік түрлерін саралау.

3. Медиамәтіндердің негізгі түрлері мен типтерін анықтау, жанрлық-спецификалық жіктеу.

4. Медиамәтіндердің негізгі түрлерінің тілдік және стильдік ерекшеліктерін айқындау.

5. Медиамәтіннің интерпретациялық қасиеттерін, метахабарламаны

жүзеге асыру ерекшеліктерін, мәдениетке тән белгілерін анықтау, медиадискурстың экстралингвистикалық компоненттерін зерттеу.

6. Жеке және бұқаралық санаға әсер етудің лингвистикалық медиатеchnологияларын (манипуляция әдістері, ақпараттық саясат, ақпаратты басқару, қоғаммен байланыс) зерттеу.

7. Әр түрлі елдердің лингвомедиалық тәжірибесін салыстырмалы зерттеу. Ол қоршаған шындықты тұтас, мазмұнды түсіндіру болып табылатын дүниенің суретін жасауға ықпал етеді. Басқаша айтқанда, адам санасында шындықтың ерекше концептуалды және ақпараттық моделін құру процесі болып табылады.

Ресейлік ғалым Т.Г. Добросклонскаяның пікірінше: «БАҚ мәтіндері – қоғамдық пікірді манипуляциялаудың және аудиторияға әсер етудің қуатты құралы» [16, б. 61].

С.И. Трескованың «Бұқаралық коммуникацияның әлеуметтік лингвистикалық мәселелері» [20] атты еңбегінде бұқаралық коммуникация тілі әлеуметтік ортамен тығыз байланыста зерттеледі. Мерзімді басылымдардың, радио мен теледидардың (орыс тілінде) мәтіндерін талдау авторға бұқаралық коммуникация тілін тақырыбы бойынша әмбебап, қатынасы бойынша синкретикалық деп сипаттауға мүмкіндік береді. Воронеж университетінің профессоры Б.В. Кривенко «Бұқаралық коммуникация тілі: лексикалық және семиотикалық аспект» [21] кітабында семиотика және лингвистикалық статистика теориясына сүйене отырып, бұқаралық ақпараттық құралдарындағы лексикалық бірліктердің қызметін талдайды. Ғалым бұқаралық ақпарат құралдары тілін жан-жақты әрі жүйелі талдау негізінде функционалдық стильдер иерархиясы, сөйлеу типологиясы, публицистикалық мәтіндердің құрылымы сияқты мәселелерді қарастырады.

В.В. Кривенко өз еңбегінде БАҚ тілінің ерекшелігі оның аудитория пікірін өзгерте алатын қуатты әлеуетінде екендігін айтады: «Ақпаратты өңдеу және оны оқырманға жеткізу, оқиғаларға түсініктеме беру немесе ұйымдастыру арқылы БАҚ моральдық формаларды, эстетикалық талғам мен бағалауды қалыптастырады, құндылықтар иерархиясын құрастырады, тіпті оқырманға шындықты қабылдаудың тарихи, әлеуметтік-саяси, психологиялық және т.б. үлгілерін міндеттейді. БАҚ құндылықтар туралы ақпарат беру және бағалау арқылы бұқаралық дискурстың қоғамдық өмірдің үлгілерін ұйымдастыру, қоғамның өзіндік бейнесін қалыптастыру сияқты сапасына әсер етеді» [21, б. 12].

Медиамагнстердің лингвистикалық сипатын зерттеушілердің бірі В.В. Костомаров «Дәуірдің тілдік талғамы» («Языковой вкус эпохи») атты еңбегінде орыс тілінің бұқаралық ақпараттық құралдарында қызмет ету мәселелерін лингвистикалық және экстралингвистикалық факторларды ескере отырып, әр түрлі аспектілерде қарастырады.

Бұқаралық ақпарат құралдары тілі теориясының дамуына маңызды үлес қосқан Мәскеу мемлекеттік университетінің профессоры Ю.В. Рождественский өзінің «Риторика теориясы» атты еңбегінде бұқаралық коммуникация

саласындағы сөйлеуді қолдану ерекшеліктеріне жан-жақты талдау жасаған. Атап айтқанда, медиамәтіндердің корпоративтік сипаты және идеологиялық плюрализм сияқты маңызды қасиеттеріне тоқталып, БАҚ-та сөйлейтіндер жеке адамдар емес, ұйымдар екенін атап өтеді. Ол бұқаралық ақпарат құралдары тілінің жалпы жағдайы мен дамуына сөйлеушілердің жаңа ұжымдық таптары жауапты деп есептейді.

Ю.В. Рожденственский медиамәтінді әр түрлі әлеуметтік сөйлеу құрылымдарымен әр түрлі тілдік қауымдастықтарды біріктіретін әлемдік мәтін ретінде анықтайды [22, б. 8]. Сондай-ақ, ғалым БАҚ қолданушылардың белгілі (көбінесе бейсаналық) талғамдары мен сөйлеуді қолдану саласындағы бейімділіктері арасында сөйлеу стильдері мен формаларын таратушы қызметін атқаратын БАҚ тілінің сөйлеуді реттеуші қызметін де ескеру маңызды деп есептейді.

БАҚ тілі концепциясын дамыту тұрғысынан С.И. Сметанинаның «Медиатекст в системе культуры» [23] және Т.Г. Добросклонскаяның «Вопросы обучения медиатекстов» [24] еңбектерін атап өту орынды. Ресей ғалымы А. Черных «Мир современных медиа» [25] атты еңбегінде медиамәтін деңгейлерін тілдік деңгей және медиа деңгей немесе аудиовизуалды деңгей деп бөледі. Ғалым бұқаралық ақпарат құралдарының тілінде қоғамдағы әлеуметтік-идеологиялық өзгерістер жылдам көрініс табады, жаңа ұғымдар мен идеологиялар бекітіледі деп есептейді.

Түрік тіліндегі теледидар және радио тілін зерттеген М. Demir, В. Savaş, А. Mutluay, С. Kandemir т.б. ғалымдарды атауға болады. Аталған ғалымдардың зерттеулерінде түрік және неміс тіліндегі медиа тілін салғастыра зерттеу, түрік медиа тіліндегі араб тілінен енген сөздердің қолданылуы, тіл, медиа және мәдениеттің байланысы сияқты мәселелер қарастырылған.

Қазақ тіл біліміндегі медиалингвистикалық зерттеулерге шолу жасау бұл бағыттағы еңбектердің көбінесе прагматикалық аспектіде қарастырылғанын байқатты. Медиамәтіндерге қатысты зерттеулердің басым бөлігі баспасөз мәтіндерін қарастыруға арналған, ал қазақ тіліндегі теледидар және радио мәтіндерін зерттеудің кенжелеп қалғаны байқалады. Қазақ баспасөз тілінің мәселелері Н. Қарашева, Б. Әбілқасымов, С. Исаев, Р.Сыздық, А. Алдашева, Б. Момынова, М. Мұқашева, О. Бүркітов, Қ. Есенова, Ф. Жақсыбаева, Б. Райымбекова, С. Иманбердиева, Н. Дәулеткереева, т.б. ғалымдардың зерттеу еңбектерінде жан-жақты қарастырылған.

Н. Қарашеваның зерттеуінде «Айқап» журналы тілінің грамматикалық ерекшеліктері зерттеледі [26]. Бұдан кейінгі баспасөз тілі туралы сүбелі зерттеу – Б. Әбілқасымовтың кандидаттық диссертациясы [27]. Аталған зерттеу газет тілінің фонетикалық-орфографиялық жүйесі, лексикасы, грамматикалық ерекшеліктерін қамтиды.

С. Исаев зерттеулерінде ХХ-ғасырдың 20-шы жылдарындағы мерзімді баспасөз тілі грамматикалық тұрғыдан қарастырылып, жанрлық-стилистикалық ерекшеліктері талданады [28].

Б.Қ. Момынова «Қазақ газеттерінің лексикасы: жүйесі мен құрылымы» тақырыбындағы докторлық диссертациясында «Қазақ» газетіндегі баспасөз мәтіндерінің құрылымына, мазмұндық ерекшеліктеріне тоқталады [29].

Қ. Есенованың «Қазіргі қазақ медиамәтіндерінің прагматикасы» атты докторлық диссертациясы қазақ тіліндегі мерзімді баспасөз тілін лингвопрагматикалық аспектіде зерттеуге арналған [30].

А. Алдашеваның «Қазақ лексикасындағы жаңа қолданыстар» [31], О. Бүркітовтың «Қазақ әдеби тілінің публицистикалық стилі» [32] атты диссертациялары газет тілін қарастырған еңбектер қатарын толықтырды.

М. Мұқашеваның «Научно-популярная периодика Казахстана: истоки, становление и перспективы развития» [33], Ф.З. Жақсыбаеваның «Газет мәтінінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша)» [34], С. Иманбердиеваның «Бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін логоэпистемалардың трансформациялануы (газет материалдары бойынша)» [35], Н.Ж. Дәулеткереева «Газет баспасөзіндегі қайталамалардың прагматикалық мәні» [36] т.б. зерттеулерде қазақ баспасөз тілінің мәселелері жалпы лингвистикалық және прагматикалық аспектіде қарастырылады.

Кейінгі жылдары интернет тілін зерттеу қолға алына бастады. Бұл бағытта Г.Заурбекова, А.Куркимбаеваның зерттеу еңбектері, Г.Смағұлова, Е.Жұматаев, З.Құрманбекова, Қ.Саркенова, Қ.Маликов, т.б. ғалымдардың зерттеу мақалалары жарық көрген.

Қазақ тіл білімінде Р. Сыздықова, М.Серғалиев, Н.Уәлиев, Б.Омарұлы сынды ғалымдар медиамәтіндердің стилін, тіл тазалығын зерттеу мақалаларына арнайы нысан етті.

М. Серғалиев «Ой мен сөздің жарасымы» мақаласында телебағдарламаны жүргізуші дикторлардың тілін шұбарлап сөйлеу, сөзді орынсыз қолдану мәселелерін сынай отырып, жаңа сөздердің ең жиі қолданыс табатын орны газет-журналдар және теледидар мен радио екенін айтады. «Солай бола тұра, радио тілі, телевизия тілі дейтін мәселелер тасада қалып келе жатыр. Саусақпен санарлық газет мақалалары бұл олқылықты тіптен толтыра алмайды. Әлі бұл тұрғыдан теориялық та, практикалық та мәні бар жайлар толып жатыр. Ондағы жылдар бойы жинақталған материалдар негізінде радио тілінің де, телевизия тілінің де теориясын жасайтын да мезгіл жетті» [2, б. 4], – дей келе, теледидар тілін зерттеудің өзектілігін алға тартады.

«Қазақ терминологиясын қалыптастырудың ғылыми-әдістемелік негіздері» (Алматы, 2004) тақырыбындағы республикалық ғылыми - практикалық конференцияда телехабарлардағы тіл мәдениеті мәселесі, мәтіндер тілінің тазалығы, қазақша электронды ақпарат құралдары тіліндегі олқылықтар, диктор мәртебесін түзу, телекөрсетілімдер тілінің лексикасы мәселелері көтерілді. Аталған конференцияда М. Серғалиев «Телехабарлар тілінің лексикасы және тіл мәдениеті» тақырыбында баяндама жасап, қазақ тіліндегі телебағдарламалардың тілі туралы мәселе қозғайды [4, бб. 29-32].

Н. Уәлиев «Терминология және тілдік норма» атты мақаласында: «Сыртқы күштің әсерінен болып жатқан сөздік құрамдағы жылжулар, ығысулар, жаңғыру мен жаңарулар тәрізді құбылыстардың қарқын алуы тілдік ұжымның ой-санасындағы өзгерістердің объективтенуі (көрінісі) деуге болады. Тап қазіргі кезде әр саладағы мамандар телекамера, микрофон алдында сөйлеп жатады. Бұрын кеңестік дәуірде олар бұқаралық ақпарат құралдарында сөз субъектісі болудан гөрі сөз объектісі ретінде көбірек көрінеді» [37, б. 21], – деген пікір білдіреді.

Терминолог ғалым Ш. Құрманбайұлы қазақ баспасөзінің терминологияны қалыптастырудағы рөліне назар аударған. Өз мақаласында ғалым бұқаралық ақпарат құралдарын терминология саласындағы проблемаларды көтеруде атсалысатын қоғамдық-саяси орган дей отырып, баспасөз беттеріндегі, телерадио арналарында журналистер жіберетін қателіктердің терминологияны дамытуға тигізетін салдарын айта келіп, «Хабар» арнасынан берілетін спорттық жаңалықтардың тіліндегі терминдерді қолданудағы олқылықтарды мысалға келтіреді [38, бб. 6-14].

Б.Омарұлының «Электронды ақпарат құралдарында термин сөздердің қолданылуы және тіл мәдениетінің сақталу мәселелері» тақырыбындағы мақаласында телемәтіндерде кездесетін терминдердің дұрыс қолданылуы т.б. тілдік мәселелер туралы сөз болады [39].

«Теледидар тілінің лингвопрагматикалық аспектілері» [5] атты монографиясында ғалым Г. Машинбаева электронды ақпарат құралдарының ішіндегі халық өміріне ең жақын болып табылатын БАҚ-тың аудиовизуалды түрі – теледидар тілінің ерекшеліктерін қарастырады. Кітаптың алғашқы тарауында теледидар тіліне қатысты қолданылатын терминдерге талдау жасалады, одан кейінгі тараушада алғашқы ақпарат беру құралдарына қысқаша тоқталып өтеді. Автор монографияның басым бөлігінде теледидар арналарында берілетін түрлі жанрдағы бағдарламалар тіліне талдау жасайды. Нәтижесінде әр жанрға қатысты тұрақты қолданылатын лексикалар тобын, дайын қалыптар мен стереотиптерді анықтауға тырысады.

Г. Машинбаева теледидар мәтіндерін зерттеудің маңыздылығы туралы: «Ақпарат жеткізуші бұқаралық ақпарат құралдарының қызметтері ортақ болғанымен, олардың ақпаратты жеткізуде бір-бірінен айырмашылығы бар. Электронды ақпарат құралдары (теледидар, радио) ақпаратты аса бір ұшқырлықпен жедел түрде, яғни оқиғаны болған жерінен сол сәтінде жеткізуімен ерекшеленеді. Бүгінгі таңда БАҚ тілін зерттеудің қоғамдағы орны айрықша. Әсіресе, аудио-визуалды ақпараттық құрылым болып табылатын теледидардың қоғамдық санаға және тілдің лексикафразеологиялық, функционалдық-стильдік жүйесіне тигізетін әсері ерекше. Осыған байланысты теледидар тіліндегі тілдік құбылыстарды жете зерттемей, оның оқырманға әсерін, ықпалын білу, қоғамдық пікірді қалыптастырудағы, қоғамдық сананы көтерудегі орнын айқындау мүмкін емес» [5, б. 4] – деген пікірді айтады.

«Медиа (латын тілінен алғанда: «media», «medium» – құрал, аралық құрал деген сөз), масс-медиа терминдері – ХХ ғасырдың жемісі. Алғашқыда «бұқаралық мәдениет» феноменін белгілеу үшін қолданылған бұл терминнің қазақ тіл біліміне де еніп, өріс ала бастағанына ұзақ уақыт бола қойған жоқ. Әйтсе де елімізге тосын жаңалық болып енген медианың барлық түрі (аудиалды, баспа, визуалды, аудио-визуалды) бүгінгі таңда халыққа ақпарат жеткізеді. Осыған қатысты «медиа-мәдениет» ұғымы қалыптасты. Ол тұлғаның медиамәтінді оқып, талдап, бағалай алатын мүмкіндігін дамыту мақсатында да қолданылады. Қоғам өмірінде адамзатты ақпаратпен қамтамасыз ететін баспасөз, радио, теледидар салаларының ұқсастықтарымен қатар, айырмашылықтары да бар» [5, б. 7], – деп ескертеді.

Ғалым телемәтіндерді прагматикалық тұрғыда зерттей келе, шетелдік, отандық лингвистикада БАҚ мәтіндері ішіндегі жан-жақты зерттелген саласы – газет тілі екендігін айтады. Ғалым теледидар мен радио мәтіндері газет мәтіндеріне қарағанда кеш дамып, әлі толық зерттелмей жатқандығын ескертеді.

«Теледидар – ақпарат таратудың ұшқыр (мобильді) органының бірі. Осыған орай қазақ тіл білімінде арнайы зерттеу жүргізілмей, назардан тыс қалып келе жатқан теледидар тілін бөлшектелген түрде емес, тұтас жүйе және құрылым ретінде қарастыру тың зерттеуді талап ететіндігіне көз жеткіздік» [5, б. 5], – дейді. Ғалым бұқаралық ақпарат құралдары тіліндегі тірек терминдер ретінде «ақпарат», «бұқаралық ақпарат», «медиа», «масс-медиа» терминдерін атайды.

Д. Бисмильдина өзінің диссертациялық еңбегінде теледидар тілінің құрылымдық ерекшеліктерін жан-жақты қарастырады. Зерттеуде отандық телеарналардағы жаңалықтар тілі, спорттық жаңалықтар, комментарийлердің тілдік ерекшеліктері анықталады [6].

А. Тасымовтың мақаласында теледидар жаңалықтары мәтіндеріндегі жергілікті тіл ерекшеліктері сынға алынса, Р. Сыздық [40], Қ. Ниеталиева [41] теледидар және радио мәтіндерін тіл мәдениеті тұрғысынан зерттейді.

Т. Қаймолдинов «Тележурналистің шешендік өнеріне байланысты толғаныстар мен ойлар» атты мақаласында шешендік өнерді дамытудағы теледидардың рөліне тоқталады. Бұл ретте автор А. Байтұрсынұлының: «Сөз өнері адам санасының үш негізіне тіркеледі: 1) ақылға; 2) қиялға; 3) көңілге. Өйткені тілдің баюы, сөйлеу тәсілінің кеңеюі оқу, көру және сезіну шарттарына саяды. Ал тележурналистикада шала-шарпы асығып, шалағай берекесіз сөз сөйлеп, ділмарсу арқылы шешендік өнердің майын ішем дегендер қателеседі» [42, б. 84] – деген пікірін ескеру керек.

Медиамәтіннің бір түріне жататын жарнама тілі қазақ тіл білімінде біршама зерттелген деуге болады. Осы орайда М.М. Увайсованың «Жарнама тілі: прагматикалық аспект» [43] атты диссертациясы мен С.А. Асанбаеваның «Жарнама саласындағы мемлекеттік тілді қолданудың социолингвистикалық өзекті мәселелері» [44] тақырыбындағы зерттеу еңбегін атап өткен орынды.

Қазіргі таңда медиамәтіндер тілін, қоғамдағы қызметін, дамуын талдау арқылы медиамәтіндердің тілдің кез келген деңгейінде (грамматикалық, лексикалық, стилистикалық) әдеби тіл нормасын сақтаудың үлгісі бола алатынына көз жеткіземіз. Солай дей тұра, бұқаралық ақпарат құралдарының қазіргі жағдайы сөз бостандығымен нормативтік шекараның кеңеюімен сипатталады. Біздің пікірімізше, бұл жағдай қоғамның жаһандық деңгейде демократияландырылуы, медиатехнологияның дамуы, бағдарламалар форматының еркін түрде өзгеруі мен жетілдірілуі сияқты факторларға байланысты. Сондай-ақ, бұқаралық ақпарат құралдарына қоғамымыздағы әлеуметтік-саяси және экономикалық өзгерулердің де зор ықпал ететіні белгілі. Қоғамдағы кез келген елеулі өзгеріс БАҚ дамуында өз ізін қалдырады.

Тіл – ойды білдірудің, қарым-қатынастың ең маңызды құралы. Ол адамның айналасындағы дүниені түсініп, тәжірибесін білімге айналдыруының, танымның құралы қызметін атқарады. Тіл тек ақпаратты беріп, немесе сақтап қана қоймайды, сондай-ақ, адамның ойлау қабілетін айқындайтын, жаңа ұғымдарды қалыптастыратын құрал.

Бірқатар зерттеулерде медиа түрлерін ескі медиа және жаңа медиа деп жіктеу кездеседі [45]. «Ескі» медиа форматтары/байланыс арналары (баспа басылымы), жаңа медиа – цифрлық басылымдар.

Медиа тілі ұғымын біз кең мағынада бұқаралық коммуникацияға бағытталған қарым-қатынас құралдарының жүйесі деп түсінеміз. Медиа тілі ұғымының бұл кең түсінігі бұқаралық ақпарат құралдарының газет, радио, теледидар, интернет сияқты барлық түрлерін қамтуға мүмкіндік береді.

Медиалингвистиканың зерттеу аясына медиамәтіндердің тілдік сананың қалыптасуына әсері, әлемнің тілдік бейнесіне ықпалы, медиа өнімдердің әр түрлі форматтарының функционалдық-стильдік ерекшеліктеріне, прагматикалық мақсаттар мен міндеттер, медиамәтін және медиадискурс, әлеуметтік лингвистика мәселелері кіреді. Осы мәселелердің ішкі механизмдері мен факторларын айқындау қазіргі медиалингвистика саласының міндетіне жатады.

Медиалингвистиканың зерттеу мәселелері баспасөз тілінің, радио, теледидар мәтіндерінің лингвостилистикалық және лингвомедиалық ерекшеліктері, интернет тілінің ерекшеліктерін де қамтиды.

Бұқаралық ақпарат құралдары тілін жан-жақты зерттеу медиа тілі ұғымының кеңеюіне әкелді.

Медиакеңістікте тілдің қолданылуына байланысты мәселелерді кешенді түрде зерттеу медиа тілі концепциясының теориялық негізін қалады. Медиалингвистиканың негізгі зерттейтін мәселелері:

- бұқаралық коммуникацияның сөйлеудің ауызша және жазбаша түрлерінің арақатынасына әсері;
- бұқаралық коммуникацияның тілдік нормаға ықпалы;
- медиамәтіндерді функционалды және стильдік түрлерге жіктеу;
- медиамәтіндерді типологиялық жіктеудің критерийлері;

– бұқаралық ақпарат құралдары (газет, радио, теледидар, интернет) мәтіндерінің лингвистикалық ерешеліктері.

Бұқаралық ақпарат құралдарының мемлекеттің қоғамдық құрылысы мен саяси жүйесі үшін де маңызы зор. Саяси түсіндірме сөздікке сүйенсек: «бұқаралық ақпарат құралы – арнайы техникалық құралдар көмегімен, кез келген тұлғаларға әр түрлі мәліметтерді ашық жариялауға арналған әлеуметтік мекемелер» [46, б. 108], – деген анықтама берілген. Қоғам өмірінде БАҚ-тың рөлі зор. Бұқаралық ақпарат құралдарының визуалды (оқылатын, мерзімді басылымдар), аудиалды (тыңдалатын, радио), аудио визуалды (тыңдауға әрі көруге болатын, теледидар және интернет) түрлері бар.

Бұлардың үшеуіне де ортақ негізгі функция:

- Белгілі бір оқиға немесе жағдай туралы көпшілікке ақпарат тарату;
- оқиға немесе факт жөнінде түсініктеме;
- танымдық, тәрбиелік, ағартушылық ақпарат беру арқылы көпшіліктің білім қорын арттыруға ықпал ету,
- халықтың қоғамдық, әлеуметтік, саяси көзқарасына әсер ету;
- геоденистік ақпарат беру, яғни жұртшылықтың көңіл күйін көтеру [47, б. 207].

Зерттеушілер медиакоммуникациядағы ақпараттың мынадай екі түрлі аспектісін көрсетеді: заттық (логикалық немесе фактуалды) және прагматикалық (бағалауыштық, субъективті). Біріншісіне интеллектуалдық, дескриптивті, объективті, концептуалды, фактуалды ақпараттарды жатқызуға болады. Бұл ақпараттар қарым-қатынас жасаушылармен, жағдаятпен байланысты емес.

Екіншісі, яғни прагматикалық немесе бағалауыштық, субъективті ақпарат тыңдарманға (немесе көрерменге) әсерін тигізу, ықпал ету, коммуникатордың айтылып жатқан оқиға, құбылысқа өз көзқарасын, қатысын білдіруі сияқты сипаттарға ие.

«БАҚ-тың визуалды, аудиалды, аудиовизуалды түрлерінің өзіндік тілдік қолданыс ерекшеліктері бар. БАҚ-тың визуалды түрі, яғни мерзімді баспасөз ең алдымен пайда болған. Ақпарат таратудың, мемлекеттік топтардың не жекелеген тұлғалардың мүдделі мұраттарын танытуға қызмет еткен ақпарат көзі болып табылады» [47, б. 241].

Баспасөз мәтіндеріне қарағанда теледидар мәтіндерінде нормадан ауытқу түрлері кездесіп тұрады. Телемәтіндерде нормадан ауытқудың какоземия, фразеологизмдердің құрамын бұзып қолдану, сөзді тіркеспейтін сөзбен тіркестіру, амплификация, анадиплосис, антиэллипсис, нормалардың логикалық, онтологиялық, этологиялық сияқты түрлері ұшырасады.

БАҚ психологиясының мамандары бүгінгі таңда адамның қоршаған әлемді қабылдауы көбінесе БАҚ осы әлемді қалай бейнелейтініне байланысты екенін мойындайды. Әлемде болып жатқан көптеген оқиғаларға қатысты өз тәжірибеміздің жоқтығынан, біз қоршаған шындық туралы білімімізді бұқаралық ақпарат құралдарындағы мәліметтер негізінде түсінуге мәжбүрміз.

«Медиалингвистика бұқаралық ақпарат құралдарының белгілі бір қосалқы тілдері – баспасөз тілі, радио тілі, тілдің тілдік-стильдік және медиа ерекшеліктерін (теледидар, интернетте сөйлеуді қолдану ерекшеліктері) қарастыруды қамтиды» [48, б. 29].

Қорыта айтқанда, медиалингвистика – БАҚ тілін кешенді түрде зерттейтін тіл білімінің пәнаралық саласы болып табылады. Жеке сала ретінде қалыптасқанына аз ғана уақыт болғанына қарамастан, шетелдік және орыс тіл білімінде бұл бағытта біршама зерттеулер жасалып, медиамәтіндер тілі түрлі аспектіде зерттелуде. Қазақ тіл білімінде де медиамәтіндер терминология тұрғысынан, прагматикалық және стилистикалық аспектілерде зерттеліп келді. Бірақ отандық тіл білімінде БАҚ мәтіндерін, оның ішінде теледидар тілін когнитивті лингвистика тұрғысынан кең көлемде қарастырған зерттеулер жоқ. Сондықтан медиамәтіндердің когнитивтік ерекшеліктерін анықтау – қазақ тіл біліміндегі медиамәтіндерді тілдік тұрғыда кешенді зерттеуге бағытталған медиалингвистика саласындағы өзекті мәселелердің бірі. Әсіресе, балаларға арналған медиамәтіндер тілін танымдық тұрғыда қарастырудың маңызы зор.

1.2 Медиамәтіндердің интерпретациясы, типологиясы мен негізгі категориялары

Заманауи коммуникативті үдерістер мен қазіргі бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамға әсері медиамәтінді зерттеудің өзектілігін арттырды. Бұқаралық коммуникация мәтіндерін зерделеу үшін «медиамәтін» термині – бұқаралық-коммуникативтік мәтінді, бұқаралық ақпарат құралдарындағы мәтінді, публицистикалық мәтінді, газет мәтінін, телемәтінді, жарнама мәтінін PR-мәтін, интернет мәтінін және т.б. біріктірді. Медиамәтін термині аясына бұқаралық коммуникация мәтіндері енеді. Медиамәтін бұқаралық коммуникацияның үш жаһандық ішкі жүйесінің: журналистика, PR және жарнаманың жиынтық өнімі ретінде саналады. Қазіргі уақытта медиамәтін медиалингвистикада, медиастилистикада, медиамәдениетте, медиабілімде – лингвистикалық, философиялық, педагогикалық ғылымның жаңа бағыттарында базалық категория мәртебесіне ие болды.

Зерттеушілер медиамәтінге әр түрлі анықтамалар береді. Г.Я. Солганик: «Бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіні – көпшілік аудиторияға арналған автордың ерекше түрімен, нақты мәтіндік модальділігімен (ашық сөйлеу, автордың өзіндік көрінісі) сипатталатын мәтін түрі» [49, б. 123], -дейді.

Л.Р. Дускаева медиамәтінді: «кәсіби медиа ортасында қабылданған сөйлеу әрекетінің ережелерін, кәсіби ортада қалыптасқан мәтінді ұйымдастыру стереотиптерін білдіретін сөйлеу әрекетінің нысаны» [50, б. 21], – деп анықтайды.

Медиамәтін – ақпараттық өнім түріндегі білімнің бір түрі (Жан-Франсуа Лиотар). Медиамәтін – медиамәдениет өнімі. Ол адамның техникалық мүмкіндіктері мен эстетикалық мазмұн арқасында жасалған шындық (Жан

Бодрийяр). Медиамәтін медиасауаттылықты қалыптастыру құралы (Н.В. Чичерина, А.В. Федоров)

Қ.Е. Есенова қазақ тіліндегі медиамәтіндерді прагматикалық аспектіде қарастыра келіп, медиамәтіннің күрделі функцияларына орай мынадай анықтамалар ұсынады:

«Медиамәтін БАҚ арқылы жүзеге асырылатын ақпараттық-коммуникативтік процестің маңызды элементі болып табылады» [30, б. 86].

«Медиамәтін – қарым-қатынастың өзге түрлерінің жүзеге асырылуы үшін қолданылатын сөзжұмсамдық әрекет формасы» [30, б. 86].

«Медиамәтін – коммуникацияның аяқталған және тұтас бірлігі» [30, б. 86].

«Медиамәтін – ақиқат болмыстың қандай да бір үзігінің репрезентациясы болып табылатын күрделі, құрастырылмалы моделі» [30, б. 86]. Осылайша ғалым медиамәтіннің біршама толық анықтамасын береді.

Дәстүрлі тіл білімі үшін мәтінге «негізгі қасиеттері бірізділік пен тұтастық болып табылатын таңба бірліктерінің тізбегінің біртұтас мағыналық байланысы» [30, б. 11] деген анықтама берілсе, масс-медиа саласына ауысқанда мәтін бұл анықтама шеңберінен шығып, айтарлықтай кең ұғым мен қасиеттерді қамтиды. Себебі медиамәтін вербалды деңгейдегі белгілер жүйесінен тыс семиотикалық түсініктегі мәтін ұғымына жақындайды, медиамәтін тек вербалды ғана емес басқа да белгілерді қамтиды.

Зерттеушілердің көпшілігі бұқаралық коммуникация деңгейі «мәтін» ұғымына БАҚ-тың медиа қасиеттеріне байланысты жаңа семантикалық реңктер береді деп есептейді. Мысалы, медиамәтін типтерінің бірі – теледидардағы мәтінді алатын болсақ, ол тек сөздік құрамнан тұрмайды, сонымен қатар бірден бірнеше деңгейде: сөздік, бейне және дыбыстық сүйемелдеу, біртұтас тұтастықты құра отырып, көпқырлы ерекшеліктерді иеленеді. Радиомәтіндер мен баспасөз мәтіндері де вербалдылықпен қатар әуен және дыбыстық бояулар, газет немесе журналдардың графикалық рәсімделу ерекшеліктері сияқты медиа қасиеттермен толықтырылады.

Күрделі, көпдеңгейлі құбылыс ретіндегі медиамәтін ұғымын жасалу формасы, таралу арнасы және тілдік ерекшеліктері тұрғысынан өте дәл сипаттауға мүмкіндік жасайтын мынадай тұрақты параметрлер жүйесі қалыптасты:

«Мәтінді құру әдісі (авторлық, алқалық (коллегиальный)); жасалу түрі (жазбаша, ауызша); қолдану түрі (жазбаша, ауызша); тарату арнасы (баспа, теледидар, радио, интернет); медиамәтіннің функционалдық-жанрлық түрі (жаңалықтар, комментарий, көсемсөз, жарнама); тақырыптық доминант немесе белгілі бір тұрақты медиатақырыпқа қатысты болу» [16, б. 45].

Осы параметрлердің әрқайсысына жеке тоқталар болсақ, мәтінді құру әдісі бойынша медиамәтіндердің оны құруға қатысушы адамдардың саны, автордың қатысуы т.б. ерекшеліктеріне байланысты авторлық және алқалық деп аталатын түрлері болады.

Авторлық мәтіннің иллюстрациясы жеке авторлықты көрсететін кез-келген медиа материал бола алады, мысалы, шолушының мақаласы немесе корреспонденттің репортажы; алқалық мәтіннің мысалы: ақпараттық агенттіктер тарапынан берілетін жаңалықтар сипатындағы көптеген материалдар – Nur.kz, Tengrinews.kz, Abai.kz т.б.

«Ауызша сөйлеу – жазбаша сөйлеу» типологиялық дихотомиясы тұрғысынан медиа мәтіндерді сипаттауға екі компонент қатысады – құру формасы және қолдану формасы.

Медиамаәтіннің негізгі ерекшеліктері. Медиамаәтінді ең алдымен, осы ұғымның әмбебап, классикалық мағынасында мәтін ретінде; екіншіден басқа мәтін түрлерінен (ғылыми, көркем және т.б.) айырмашылығы бар мәтіннің ерекше түрі ретінде; үшіншіден, әрқайсысының өзіндік спецификалық сипаттамалары бар публицистика, жарнама және PR мәтіндері – бұқаралық коммуникацияның жиынтық өнімі ретінде қарастыруға болады. Қазіргі таңда тіл білімінде ұсынылып отырған анықтамалар бұқаралық коммуникацияда қызмет ететін мәтіндерді түсіндіруде жеткіліксіз болып отыр. Себебі, классикалық мәтінді бұқаралық ақпарат құралдары саласына көшіру кезінде жаңа мағыналық реңктер мен медиа толықтыруларға, кең ауқымды интерпретацияға ие болады, нәтижесінде тілдің таңбалық жүйесінің шекарасынан шығып, мәтінді семиотикалық бірлік ретінде түсінуге әкелді [16, б. 58].

Теледидар мәтіндері басқа да медиамаәтіндер сияқты түрлі семиотикалық кодтарды (вербалды, бейвербалды, медиа) тұтас бір коммуникативті тұтастық ретінде біріктіретін интегративті, көпдеңгейлі тілдік бірлік болып табылады.

Медиамаәтіндердің өзіне тән негізгі сипаттарына мыналар жатады:

- Медиамаәтінділігі (мәтіндегі ақпаратты арнаның форматы мен техникалық мүмкіндігіне байланысты белгілі бір медиақұралдар көмегімен бейнелеу)
- бұқаралық сипаты;
- мәтіннің интегративтілігі;
- мәтіннің ашықтығы;
- мәдени детерминизм сияқты қасиеттерін жатқызуға болады.

Медиакоммуникацияда мәтіннің сапасы белгілі бір дәрежеде оны тасымалдаушы техникалық құралдарға, технологияға тәуелді.

Медиамаәтін формасына қарай: баспа, аудиовизуалды және электронды, т.б. болады.

Дәстүрлі баспа басылымдардың мәтіндер тақырыптық мазмұнға орай графикалық дизайн және иллюстрациялармен безендіріледі, онда бейнелерге сілтемелер де болуы мүмкін. Технологиялық фактор медиамаәтіннің даму және таралу қарқынына әсер етеді [51, б. 14]. Мысалы, мобильді құрылғылар немесе ақпаратты таратудың басқа арналары арқылы берілетін мәтіндік хабарламалардың таралу аймағы кең және қолжетімділігі жоғары. Яғни кез келген аймаққа немесе кез келген ортаға таралуы жылдам және жоғары. Медиамаәтіннің басты ерекшеліктерінің бірі – бұқаралық сипаты.

А.А. Леонтьевтің пікірінше, медиамәтінде автор яғни журналист немесе диктор басқа қарым-қатынас субъектісінің – тұтас қоғамның, әлеуметтік топтың пікірін, ақпаратын білдіреді, ұсынады [52, б. 135].

Медиамәтін көбінесе ұжымдық өнім болып табылады, ол жеке адамның емес, ұжымның мәтіні [53, б. 110].

«БАҚ мәтінінің адресаты концепциясында бұқаралық аудитория жанама, әлеуметтік бағдарланған қарым-қатынаспен байланысты және тілдің қарапайым білімімен біріктірілген анонимдік, уақыт пен кеңістікте шашыраңқылық, белгісіздік пен біртектілік сияқты сипаттарға ие» [54, б. 127].

Медиамәтіннің келесі бір ерекшелігі ретінде оның интегративтілігін айтуға болады. Бұл сипаты бойынша медиамәтіндер ақпарат тарату арнасына сәйкес идеялық, риторикалық, мәдени, жанрлық және стильдік байланыстар сияқты бірнеше функцияны өз бойына жинақтай алады.

Медиамәтіндер гетерогенді (тілдік және визуалды) құрылымдарды біртұтас семантикалық кеңістікте біріктіреді. Дәстүрлі медиамәтінді тек жазбаша сөйлеу түрі ретінде беру қиын, себебі оның маңызды элементтерінің бірі – визуалды құрамдас бөлігі.

Медиамәтінді басқа мәтін түрлерінен ерекшелейтін тағы бір белгі – ашықтық. Бірқатар зерттеушілердің пікірінше, медиамәтін интерпретацияланатын құрылым бола отырып, мағыналық жағынан үнемі айқын, түсінікті бола бермейді [54, б. 110]. БАҚ мәтінінің ашықтығы интермәтіндік категориясымен сәйкес келеді, өйткені медиамәтін семиотикалық құбылыс ретінде оның біртұтас жаһандық ақпараттық кеңістікке интеграциялануымен байланысты.

Бұқаралық ақпарат құралдары қоғамға немесе жеке адамның талғамы мен өмірлік басымдықтарын, мінез-құлық нормаларын білдіре отырып, «әлемнің суретін» жасайды.

Бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіні белгілі бір ортаның мәдени ерекшеліктерін білдіре алады. Бұл ерекшелік медиамәтіннің мәдени детерминизм деп аталатын белгісін танытады. Белгілі бір мәдениеттің өнімі ретіндегі медиамәтін сол мәдениеттің өзегін құрайды. Медиамәтінде мәдениеттер арасындағы өзара әрекеттесу жағдайлары ерекше мәнге ие болады, олардың белсенді үлгіленуі қазіргі заманғы жаһандық медиамәдениеттің маңызды сипаттамасы болып табылады [55, б. 167]. Түрлі мәдениеттердің өзара әрекеттестігі медиамәтінде лингвистикалық және экстралингвистикалық деңгейде көрініс табады [56].

Медиамәтіндердің мәдени ерекшелігі мәдени детерминацияланған бірліктер арқылы көрінеді. Медиамәтіндердің интерпретациясында реципиенттің жеке тұлғалар, мәдени географиялық объектілер, этикалық стереотиптер туралы білімі қамтылады.

«Қолданыстағы мәдениет арсеналын (бірінші кезекте ұлттық, оның дәстүрлері мен архетиптері) пайдалана отырып және оларды түсіндіре отырып, медиамәтін шынайы дүниеден өзгеше өзіндік виртуалды әлемін

калыптастырады» [57, б. 304].

Медиамәтінің ұжымдық өндірісі мәтінді құру және өңдеу процесінде бірнеше тұлғаның (журналист, бірлескен авторлар тобы, редактор және т.б.) көмегімен қалыптасады.

Медиамәтін – бұл, бір жағынан, тұлғааралық қарым-қатынастың әдеттегі үлгісіне ұқсас, екінші жағынан, коммуникативті әрекеттестіктің ерекше формасы [58, бб. 12-13].

Стилистикалық тұрғыдан медиамәтін қоғамдық пікірді қалыптастырудың қуатты көзі болып табылады. Ол публицистикалық стиль аясында рәсімделеді және соған сәйкес өзектілік, прагматикалық бағыттылық, форма мен мазмұнның жаңалығына бағытталу, ақпараттылық, стереотиптілік, диалогтық, реттеушілік, манипуляциялық, әлеуметтік бағалаушылық, идеологияландыру, деректану, мозаицизм (фрагменттілік), интермәтіндік сияқты көптеген функционалдық-стилистикалық белгілерге ие.

Қазіргі уақытта зерттеушілер тарапынан бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің жаңа қасиеттері анықталуда. Атап айтқанда, көпқырлылық (түсіндірмелердің көптігі), тиімділік, маңыздылық, дискурсивтілік, интерактивтілік, проблеманы демонстрациялау (көрсету), автор позициясының ашықтығы сияқты қасиеттердің болуы ерекше маңызға ие [59, б. 15].

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, қазіргі заманғы медиамәтіннің медиадискурста маңызды орын алатынын айтуға болады. Ол әлеуметтік маңызы бар құндылықтарды жинақтайды және оқырманға жеткізеді.

Нәтижесінде медиа коммуникация тұтынушының ерекше аксиологиясын қалыптастыратын өзіндік әлеуметтік, саяси және мәдени институт ретінде әрекет етеді. Заманауи ақпарат алмасуда медиамәтіннің негізгі қызметі коммуникативті мінез-құлық түрлерін қалыптастыру болып табылады, оның дизайны үнемі жаңартылып отыратын медиадискурстық риторика және медиамәтіннің әлеуметтік стилистикасы аясында жүзеге асады.

Медиамәтіндерді зерттеу тіл білімінің, психологияның, семиотиканың, философияның, филологияның және басқа да пәндердің соңғы жетістіктерін көрсететін сөйлеу құралдарының тұтас кешенінің қазіргі жағдайын және қызмет ету ерекшеліктерін талдаумен байланысты.

Барған сайын баспасөз медиа саяси, әлеуметтік, экономикалық, діни және басқа да салалардағы ақпарат пен коммуникацияның көзі ғана емес, сонымен қатар БАҚ ақпарат алушыға ықпал ету құралына айналууда. Медиа мәтіндердің жанрлық ерекшеліктерінің өзіндік сипаты медиамәтіндердің сапалы жаңа қасиеттері арқылы көрінеді және бұл қасиеттер медиамәтіндерді қоғамдық қатынастар жүйесін реттеуші фактор ретінде тануға көмектеседі.

Медиамәтін – медиадискурстың практикалық нәтижесі. Медиадискурс өзіне тән заңдылықтары мен параметрлері бар және техникалық (медиаалды) компонентпен толықтырылған дискурстың ерекше түріне жатады. Медиадискурстың коммуникативті саласында медиа жанрларын сипаттауға байланысты мәселелер зерттеледі, медиа коммуникациядағы әсер ету

механизмдерінің рөлі нақтыланады.

Медиадискурс медиамәтіннің жұмыс істеуінің коммуникативті өрісі ретінде әрекет етеді, оны қабылдау коммуникативті әрекеттің белгілі бір түрін жүзеге асыруға байланысты, соның ішінде, мақсатты аудиторияға бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалын жүзеге асыру.

Дискурс теориясы, тек лингвистикада ғана емес, сонымен қатар медиа коммуникациясына қатысты зерттеулерде де белсенді дамып келе жатқан салалардың бірі. Бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі медиадискурстың коммуникативті кеңістігінде көрінеді, онда «бұқаралық коммуникация саласындағы сөйлеу әрекетінің процестері мен өнімдерінің жиынтығы олардың өзара әрекеттесуі арқылы жүзеге асады» [60, б. 22].

Дискурс термині алғаш Англияда XVII ғасырда қолданыла бастады. XVIII ғасырда Францияда дискурс термині диалогтік сөйлеу мағынасында қолданылса, кейін мәтін мағынасына ауысты. Мәтін мен дискурс ұғымының аражігін анықтауда үш түрлі мәселені ескеру қажет. Біріншіден, дискурс жеке тұлғаның коммуникативтік іс әрекеті.

Екіншіден, дискурс ұғымы сөйлеушінің тілдік сипатынан, стилистикалық тәсілдерінен көрінеді.

Үшіншіден, дискурс ұғымы тілдік коммуникацияға қатысушылардың пікірі мен әрекеттеріне сыни көзқарастарынан анықталады.

Дискурсивтік тәсілдердің көптігіне байланысты Т. ван Дейк дискурсты кең мағынада «белгілі бір уақыттық, кеңістіктік және басқа контексте сөйлеуші мен тыңдаушы (бақылаушы) арасында болатын күрделі коммуникативті оқиға» ретінде қарастыруды ұсынады [61].

Мәтін және дискурстың аражігі туралы мәселелер Р. Сыздық, Б. Шалабай [62], А. Әділова [63], Э. Сүлейменова [64], Б. Момынова [65], Ғ. Әнес [66], Г. Смағұлова [67], Б. Ахатова [68], Қ. Есенова [69], К. Кенжеқанова, [70] т.б. ғалымдар еңбектерінде зерттеледі.

А.С. Әділова дискурс пен мәтінге тән мынадай ортақ белгілер мен айырмашылықтарды көрсетеді:

«Дискурс автор интенциясына, стиль ерекшеліктеріне байланысты сұрыпталып алынатын тілдік құралдардың жиынтығы.

Дискурс мәтінге қарағанда кең ұғымды қамтиды. Ол – сөйлеу үдерісі.

Дискурс нақтылы уақытпен ажырамас бірлікте, ал мәтін тек мәдени кеңістікте өмір сүреді, уақытқа тәуелді емес, кез келген кезде екінші бір дискурста өзектенуі мүмкін.

Дискурсты қайта туындатуға болмайды, ал көркем мәтін қайта туындауға қабілетті әрі бейім.

Дискурс ақпаратты беру тәсілі болса, мәтін ақпаратты сақтаушы, жинақтаушы, жаңа мән тудырушы көпқырлы, көпқабатты құрылым» [63, б. 235].

Г. Смағұлова: «Шешендік сөздердің дискурсы» еңбегінде дискурс пен мәтіннің ерекшеліктерін айқындай келе, дискурсты «қарым-қатынастың жүзеге

асуы үнемі екі адамның (сөйлеуші мен тыңдаушы) бетпе-бет, кезек-кезек алмасып отыруы, жанды контакты арқылы жүзеге асырылады» [72, б. 19] деген пікір айтады.

Ф.К. Исмаилованың пікірінше, мәтін ұғымын түсінбейінше, дискурсты танып білу мүмкін емес. Дискурсқа берілген анықтамалардың дені оны мәтінмен салыстыруға арналған: «мәтін жүйе бірлігі, дискурс сөз құбылысы, мәтін өнім, дискурс үдеріс, мәтін виртуалды абстрактілі болмыс, дискурс осы болмыстың іске асуы және т.б.» [73, б. 85].

1960 жылдары Мишель Фуко «дискурс» терминін қолданып, оны «ой мен сөйлеудің арасындағы қарым-қатынас шындығы» деп анықтайды [74, б. 24]. Ғалым тілдік қарым-қатынас түсінігін дискурс ұғымымен ауыстырудың себебін былай түсіндіреді: кез келген тілдің қалыптасқан заңдылықтары бар, оларды сол тілді тұтынушылардың бәрі біледі, алайда нақты коммуникацияның мақсатына қарай сөйлеуші ол ережелердің бір бөлігін ғана қолданады, сонымен қатар сөйлеуші дискурстың түріне байланысты ойын әр түрлі көлемде жеткізеді. Мысалы, әдетте ресми хат пен досыңа жазылған хаттың мәтіндері әр түрлі көлемде болады. Мұның себебі ресми хат жолдаудың ережелеріне сәйкес онда әр түрлі шектеулер ескеріледі. Сол сияқты дискурста адресат пен адресанттың жеке тұлғасы, айтылым орындалған уақыт пен кеңістік те маңызды [74, б. 366].

Дискурстар арасындағы шекараны анықтау, субъекті немесе адресаттың ауысуына, айтылымның стратегиясына байланысты болады. Мысалы, ақпараттың кімге арналғандығы, тілдік қарым-қатынас мақсаты, стратегиясы.

Мишель Фуко дискурсты қабылдаудың екі жағын анықтайды: дискурс сөйлеу актісі ретінде қайталанбайтын оқиға, ол белгілі бір кеңістік пен уақытта өтеді. Екінші жағы дискурстың стратегиялық мүмкіндіктері дискурсқа тұрақтылық сипат береді. Сөйлеу актілерінің әр түрлілігіне қарамастан, олар қайталанып отыруы мүмкін [74, б. 62]. Дискурстың осындай стратегиялық өріс тұрақтылығы дискурстық күзиреттілікті қалыптастырады.

Э.Д. Сүлейменова: «Қазіргі кезде тілді нақты өзгермелі әлем және жаңа технологиялар әлемімен динамикалық өзара әрекеттестігінде зерттеу аса өзектілікке ие, өйткені ол жеке адамның, сондай-ақ, жалпы қоғамның ақпаратты алу, сақтау мен беру мүмкіндіктерін кеңейтіп, бұрынғы жанр мен стильдердің жаңаруына және жаңа түрдегі мәтіндердің пайда болуына септігін тигізді» [75, б. 182], - деп көрсетеді.

Бүгінде мәтін мен дискурс ұғымдарының шекарасын анықтау мәселесі толық шешілді деп айту қиын. Мәтін және дискурс терминдеріне берілген анықтамалардың көптігі коммуникативтік, когнитивтік, лингвомәдени және т.б. тілді зерттеудің сан түрлі аспектілеріне байланысты. Мәтінге берілген әр түрлі анықтамалар оның тіл білімінің әр түрлі салалары аясында, әр түрлі қырларынан зерттелуіне байланысты.

Сонымен қатар, дискурс – коммуникативті жағдаятта жазылған сөйлеу, жеке тұлғаның сөйлеу әрекетімен салыстырғанда айқын әлеуметтік мазмұнға ие

категория болып табылады. Ол жай ғана сөйлеу коммуникациясының ағымы емес, сөйлеу субъектісінің қоғамдағы нақты жағдайларға байланысты сөйлеу әрекеті. Яғни, дискурс – коммуникативті әрекет аясындағы ақпарат алмасу ретінде пайда болған сөйлеу әрекетінің әлеуметтік детерминделген түрі.

Медиадискурс жалпы дискурсқа тән белгілер мен параметрлерге ие, бірақ ол өзіне тән бірқатар функционалдық және дифференциалды белгілерімен ерекшеленеді.

Зерттеушілердің пікірлерін қорытындылай келе, мынадай тұжырымдарға келеміз: «дискурс» термині 1) «сөйлеу» ұғымының баламасы (Ф. де Соссюр), яғни кез келген нақты айтылым; 2) сөз тіркесінен үлкен бірлік; 3) айтылу жағдайына байланысты айтылымның оны қабылдаушыға әсері; 4) сөйлеудің негізгі түрі ретінде әңгіме; 5) баяндауға қарсы сөйлеушінің позициясынан сөйлеу (Э. Бенвенист); 6) тілдік бірліктерді қолдану, олардың сөйлеу актуализациясы; 7) айтылымдардың әлеуметтік немесе идеологиялық шектелген түрі; 8) мәтінді түзу шарттарын зерттеуге арналған теориялық құрылым.

Жаһандану процесі ең алдымен медиа мәдениет құндылықтары арқылы жеке тұлғаларды медиа қоғамдастыққа біріктіретін ақпарат құралдарын қарқынды дамытуды қажет етеді.

Медиаөтін мәдениеттің көрінісі ғана емес, сонымен қатар мәдениеттің көмегімен адамдардың санасын, көңіл-күйін басқару құралына айналатын әлеуметтік, саяси және басқа үдерістерді қамтиды. Медиалық коммуникацияның белсенді манипуляциялық-насихаттық қызметі арқасында медиадискурс тұлғааралық әрекеттестіктің ерекше тәсілі болып табылады. Бұған қоса, медиадискурстың интенционалды компоненті әлемнің квазиреалды медиа-бейнесін қалыптастырудың негізгі бағыттарын анықтайды.

Кез келген мәтін жалпы медиалық сипатқа ие болып, БАҚ арқылы жұртшылыққа тарала алады. БАҚ-тағы барлық қосалқы мәтіндердің жиынтығын жалпы медиаөтін ретінде қарастыруға болады.

Сондықтан медиаөтінді бұқаралық ақпарат құралдары арқылы тиісті әлеуметтік ақпаратты беруге арналған қоғамдық қызмет түрі деп есептеуге болады. Медиа арқылы таралатын кез келген материалды медиадискурс өрісіне немесе кеңістігіне жатқызуға болады. Медиаөтін терминінің әр түрлі анықтамалары және медиаөтіннің параметрлері мен дифференциалдық белгілері оны мәтіннің жеке түрі ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Бұл белгілер мақсатты аудиторияның ерекшеліктерімен, адресаттың когнитивті қатынасы, мәтіннің идеялық бағыты, мәтінде ұсынылған ақпаратты берудің лингвистикалық және экстралингвистикалық тәсілдерімен тығыз байланысты.

Медиаөтіннің дифференциалдық белгілеріне спектакльділік те жатады. Спектакльділік – сахналық және қойылымдық әсерге негізделген процесс [73, б. 158].

БАҚ мәтіндегі шындықтың идеялық-мәдени тұрғыдан бейнеленуі

техникалық құрамдас бөліктерден тұратын (тікелей эфир, репортаж және т.б.) көрініс фактіге немесе оқиғаға назар аударуды қамтамасыз етеді. Көрнектіліктің карнавал, орындаушылық, детерминативті аспектілері: соғыс, апат, спорт, сән және т.б. тақырыптарды қамтуы мүмкін.

Бірқатар зерттеулерде медиамәтіннің дифференциалды белгілерімен қоса, атқаратын функциялары анықталып, оның ішінде негізгі функция ретінде ықпал ету функциясы көрсетіледі.

Бағалау субфункциясы адресат сөйлеуді түсінуде белсенді түрде қолданылады.

Бұл жағдайда адресаттың жоспарын түсінумен қатар, ақпараттың мазмұны, автордың пікірі мен ниеті тұрғысынан бағаланып, жоспардың бағыты мен маңызын білу қажет.

Аргументтік ішкі функция фактілерді, дәлелдемелерді, қорытындыларды білдіреді. БАҚ мәтіндегі аргументативтік факторлар дәлелдеу мақсатында қолданылады, шарттар мен себептерді анықтайды.

Бақылау қызметі және оның түрлері (эксперименттік, аналитикалық, жинақтаушы, интерпретациялық, болжамдық қосалқы функциялар) қоршаған ортаны (жаңалықтарды) бақылауға, байқалған құбылыстарды интерпретациялауға, артықшылықтарды анықтауға және т.б. ықпал етеді.

Ақпараттық қызмет. Ағымдағы оқиғалар, жаңалықтар, т.б. жайында күнделікті ақпараттандыру және тәрбиелік міндеттерді шешуге, құндылықтарды насихаттауға бағытталады.

Мәдени қызмет когнитивтік салада танымдық міндеттерді шешумен байланысты және басқа мәдениеттермен байланысқа жауапты. Бұл функция басқа этностардың мәдени дәстүрлерінің бірегейлігін сақтауға көп септігін тигізеді және эстетикалық, әлеуметтік және жеке-шығармашылық өзара әрекеттесу формаларын біріктіреді.

Шығармашылық қызмет. Биліктің, саясаткерлердің, бизнесмендердің, ұйымдардың және т.б. тиімді имиджін нығайтуға көмектеседі.

Экспрессивтік қызмет экспрессивтілікті арттыруға негізделеді және автордың субъективті модальділігі, бағалауы, пікірімен байланысты болады.

Реттеушілік қызмет – БАҚ процестерін ұйымдастыру және реттеу қызметі. Ол оқырман аудиториясына әсер етеді, қоғамдық пікірді бақылауды реттейді, сондықтан тіл арқылы әлеуметтік-мәдени бақылау мен басқарудың негізгі құралы болып табылады [76, б. 17].

Гедонистік қызмет адресанттың көңіл күйін жақсартуға бағытталады. (жұлдызнама, пайдалы кеңестер және т.б.). Бұл қызмет сонымен қатар оқырмандарға психологиялық күйзелістен арылуға және жанжалды жағдайларды шешуге көмектесетін үйлестіруші әсер береді.

Қорытындылай келе, медиамәтіннің әр түрлі қасиеттері мен функциялары мәтіннің бұл түрінің жаңа сапалары мен қасиеттерге ие екенін байқатады. Медиамәтін медиалды, стильдік, функционалдық және интенционалды қырларына байланысты белгілі бір коммуникативтік кеңістікті қамтитын

мәтіннің ерекше бір түрі болып табылады.

Медиамаәтіннің өзіне тән ерекше белгілері: тартымдылық, көрнекілік, мультимодальдылық, медиалылық, аксиология, прагматизм, экспрессивтілік, жанрлық, субъективтілік, интерактивтілік.

Медиамаәтіннің негізгі функциялары: ықпал етуші, танымдық, мәдени, шығармашылық, экспрессивтілік, реттеуші, геодонистік, интегративті, т.б.

Медиамаәтін – әлемнің белгілі бір медиа бейнесін жасау мақсатында БАҚ арқылы жүзеге асыратын ақпараттық-коммуникациялық процестің элементі.

Бұқаралық ақпарат құралдарын зерттеуші ғалымдардың пікірінше, медиамаәтінді сипаттайтын негізгі критерий оның тілдік ерекшелігі болып табылады, ол медиамаәтіннің бұқаралық аудиторияға әсер ету бағытын анықтайды.

Медиамаәтіндер ақпаратты таратуда делдал ретінде әрекет ете отырып тілдік материалды түрлендіреді: ақпарат іріктеледі, интерпретацияланады, қоғамға регулятор ретінде әсер ету қасиетіне ие болады.

Қазіргі медиамаәтіндерде фактілер мен бағалаулар, стандарттар, ақпараттар мен түсініктемелер, ойын-сауық оқиғалары беріледі. Осының барлығы медиамаәтіндердің негізгі белгісі «жаңалықтар» мен «пікірлердің» өзара әрекеттесуі деген тезисті растайды.

И.В. Анненкова медиамаәтінді – бұл барлық интерпретациялық нұсқаларға қарамастан, медиадискурс мазмұнының бағытын анықтайтын риторикалық модальділігі бар айтылымды мәтін деп анықтайды [56, б.39].

Зерттеуші Т.Г. Добросклонскаяның көрсетуі бойынша, медиакоммуникациядағы коммуникативтік бағдар концепциясы медиамаәтін ұғымымен тығыз байланысты. Коммуникативтік бағдар медиамаәтіннің вербалды компоненттерін экстралингвистикалық (әлеуметтік, мәдени, жағдаяттық) факторлармен толықтырады [77, б. 92].

Бұл пікірді Я.Н. Засурский де қолдай келе: «...медиамаәтін вербалды және экстралингвистикалық медиақұрылымдарға; визуалды, дыбыстық, мультимедиалық контентке; ақпаратты беру және тарату арналарынан тұратын (газет, журнал, радиостансалар, теледидар арналары, ұялы байланыс, электронды БАҚ) түрлі медиалық жағдаяттарға қосылатын коммуникативтік тұтастық» [78, б. 49], – деп тұжырымдайды.

Зерттеушілердің тұжырымдарын саралай келе, мынадай қорытынды жасауға болады: медиамаәтін медиадискурстық тәжірибенің нәтижесі болып табылады. Медиамаәтін арқылы кез келген ақпаратқа қол жеткізуге болады. Себебі, медиамаәтіндер – қазіргі қоғамдағы әлеуметтік, саяси, экономикалық, мәдени т.б. ақпараттар мен білімді таратушы қайнар көз.

Медиа мақсаттағы кез келген мәтінді медиамаәтін деп түсінеміз. Ғылыми еңбектерде медиамаәтіндер әр түрлі қырларынан зерттеледі. Көбінесе медиамаәтін коммуникация мәтінінің ерекше түрі ретінде анықталады.

«БАҚ мәтіндері деп тек қана газет журнал мәтіндерін емес, радио және теледидар репортаждары, сұхбаттар, телебағдарламалар, ток шоулар, фильмдер және т.б. оларды кейде электронды баспа деп те атайды» [79, б. 64].

Медиамаәтіндердің басты белгілерінің бірі оның жоғары коммуникативтік әлеуеті болып саналады, өйткені ол көпшілікке коммуникативтік-прагматикалық бағытталуымен сипатталады.

Медиамаәтіннің әрбір аспектісі жеке зерттеуді қажет етеді. Бұқаралық ақпарат құралдары мәтінінің функционалдық-жанрлық сәйкестігі БАҚ мәтіндерін типологиялық сипаттаудың міндетті параметрі болып табылады. Бүгінгі күні бұқаралық коммуникация саласында медиамаәтіндер өзінің динамикалылығымен, жанрлық жаңаруымен ерекшеленеді.

А.С. Микоян «БАҚ мәтіндерін аудару мәселелері» деп аталатын еңбегінде БАҚ мәтіндерін былай жіктейді: «Жаналықтар мәтіні, түсініктемелер (комментарийлер), аналитикалық шолулар (саясат, экономика, мәдениет, ғылым т.б.), сұхбаттар, спорт жаңалықтары, жарнамалар» [80, б. 5].

Бүгінгі таңда БАҚ тілінің функционалдық және стилистикалық мәртебесін анықтау, медиамаәтіндерінің әртүрлі типтерін сипаттау тәсілдері, БАҚ тіліне әлеуметтік-мәдени факторлардың әсері, әсер етудің лингво-медиа технологиялары сияқты мәселелерге де зерттеушілер тарапынан ерекше көңіл бөлінуде.

Медиамаәтіндерді зерттеуші ғалымдардың пікірлері мен тұжырымдарын саралай келе, «медиамаәтін» термині бұқаралық-коммуникативтік мәтін, публицистикалық мәтін, газет мәтіні, теледидар мәтіні, жарнама мәтіні, PR мәтіні, интернет мәтінін қамтиды деген көзқарасты құптаймыз.

Медиамаәтінді түрлі ақпаратты қамтитын, бұқаралық аудиторияға арналған кез келген нысанда және БАҚ жанрында ұсынылатын хабарлама, бұқаралық ақпарат құралдарының өнімі деп танымыз. Медиамаәтіннің негізгі сипатына медиалық және вербалды қасиеттерін жатқызамыз. Ол тілдің күрделі табиғатын, жеке тұлғаның тілдік талғамын, шығармашыл тұлғаның шабытын, баспа мен телеарнаның мүддесі мен мүмкіндіктерін біріктіреді.

Медиамаәтін – бұл медиа коммуникацияда тілдік қарым қатынас жасау мақсатында жасалған және айқын прагматикалық бағыттылығымен сипатталатын ауызша сөйлеу әрекеті, әлеуметтік регуляция қызметін атқарады.

«Медиамаәтін дегеніміз әртүрлі БАҚ салаларында (газетте, радиода, теледидарда, интернетте, ұялы байланыста қолдануға болатын «жаңа коммуникациялық өнім» [81, б. 71].

Т.Г. Добросклонская медиамаәтін ұғымын медиалингвистиканың негізгі категориясы ретінде түсіндіреді» [82, б. 170].

Зерттеушілер медиамаәтіннің негізгі категориялары ретінде медиалық, бұқаралық сипат, тұтастық және ашықтықты көрсетеді [83, б. 74].

Мысалы, баспасөз мәтіні вербалды мәтіннің графикалық дизайнын, радиомәтіндер – дауыс пен дыбыстық қасиеттерді, телемаәтін – ауызша, визуалды дизайнды қамтиды. Интернет мәтініне тән қасиеттің бірі көп арналы

ақпарат беру. Бұл қасиеттер «медиа формат» терминінің қалыптасуына негіз болды. Медиамәтіндер техникалық және идеологиялық, мазмұндық құрамдас бөліктерден тұрады.

Бұқаралық сипат – бұқаралық ақпарат құралдарының адресаты, бұқаралық аудитория.

Тұтастық – бұл медиа өнімдерді кодтау.

Ашықтық – бәрі бір-біріне сілтеме және дәйексөз болып табылатын гипермәтіндік сөз тіркестер жиынтығы болып табылатын медиамәтін. Медиамәтіннің семиотикалық құбылыс ретіндегі интертекстуалдығы және ашықтығы оның біртұтас жаһандық ақпараттық кеңістікке интеграциялануымен байланысты.

Медиамәтін – БАҚ тілінің негізгі бірлігі. Медиамәтін – медиалық, бұқаралық сипат, тұтастық және ашықтық сияқты негізгі категорияларға негізделген күрделі, көп деңгейлі жүйе деп қорытынды жасауға болады.

БАҚ мәтіндерін зерттеудің маңызды аспектілерінің бірі олардың типологиялық сипаттамасы болып табылады. Кез келген типологиялық сипаттама әртүрлі типтерді ажырату принципіне негізделеді.

Соған қарамастан, көптеген зерттеушілер бұқаралық ақпарат құралдары арқылы күнделікті жасалып, таралатын көптеген мәтіндердің ішінде барлық деңгейде тұрақты белгілерге ие мәтіндердің формат деңгейінде, мазмұн деңгейінде, айналым деңгейінде жекелеген функционалдық-жанрлық түрлері бар деген пікір білдіреді. Осы орайда медиамәтін түрлерінің Т.Г. Добросклонская жасаған жіктелімін ұсынамыз:

Мазмұндық бағдарлы мәтіндер. Бұл мәтін түріне баспасөз хабарламалары мен түсіндірмелер, есептер, өнімнің техникалық сараптамалары, құрылғыларды пайдалану жөніндегі нұсқаулар, патенттік сипаттамалар, сертификат, ресми құжаттар, әр түрлі ғылым салаларына қатысты оқу және ғылыми әдебиеттер, зерттеулер, баяндамалар, арнайы мәтіндер жатады.

Мазмұндық-бағдарлы мәтіндерде ең алдымен ақпараттық мазмұнды жеткізуге назар аудару маңызды.

Формалық-бағдарлы мәтіндер. Бұл типтегі мәтіндерде форма ұғымы болады. «Форма» деп автордың белгілі бір мазмұнды қалай білдіретінін, автордың осы мазмұнды қалай беретінін айтады. Формалық-бағдарлы мәтіндерге көркем әдебиеттің барлық түрлері (проза, поэзия, эссе, өмірбаян, фельетон, новелла, баллада, т.б.) жатады.

Ғалым мәтіндердің үшінші түріне – **шағымға (апелляцияға) бағытталған мәтіндерді** жатқызады. Оларға тән қасиет – олар әрқашан ниетпен, белгілі бір мақсатпен, белгілі бір экстралингвистикалық әсермен байланысты. Шағымға бағытталған мәтіндердегі белгілі бір мазмұнның лингвистикалық дизайны сөйлеудің белгілі бір экстралингвистикалық мақсаттарына бағынуы керек. Оқырманда немесе тыңдаушыда белгілі бір реакция туындауы керек, кейде оны белгілі бір әрекетке итермелеу керек.

Хабарламаға бағытталған мәтіндер ең алдымен автор көздеген әсерге

жетуге, мәтінге тән хабарды сақтауға бағытталған. Хабарламаға бағытталған мәтіндерге жарнама мәтіндері, бейне хабарлама мәтіндері, жаңалықтар мәтіні мен пікірлерді жатқыза аламыз.

Т.Г. Добросклонскаяның пікірінше, медиамәтіндердің осы төрт түрі бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің бүкіл корпусының негізін құрайды.

Мәтіндердің типологиясы және мәтіндік континуумды бөлуге негіз бола алатын негізгі категорияларды таңдау мәселелері мәтін лингвистикасындағы әлі де тереңірек зерттеуді қажет ететін мәселелердің бірі. Мұның себебі, мәтін типологиясы мен мәтін категорияларын жіктеу зерттеушілер тарапынан бірізге түспеген. Мәтіндерді типтерге бөлу олардың құрылымдық, семиотикалық, функционалдық және стилистикалық, коммуникативтік т.б. ерекшеліктеріне байланысты жүзеге асырылады.

Ғалымдар мәтін түрлерін объективті және субъективті факторларға байланысты лингвистикалық және экстралингвистикалық параметрлерге сәйкес топтарға бөледі. Мысалы, жасалуына қарай, функционалды семантикалық мақсатына (сипаттау, баяндау, пайымдау), тілдік қатынасқа түсуші адамдар санына қарай (монолог, диалог, полилог), сөйлемдер арасындағы байланыстар, т.б. сипаттарына қарай жіктейді. БАҚ мәтіндерінің ерекшелігі – олар коммуникациялық модельдер арқылы түсіндірілетіндігі, олардың шеңберінде американдық саясаттанушы Г. Лассуэллдің моделі классикалық үлгі болып саналады: кім нені – қай арна арқылы – кімге – қандай әсермен жеткізеді. Мәтін түрлерін жіктеуде келесі параметрлер негізге алынады:

- радио, интернет теледидар сияқты мәтін тарату арналары;
- мәтіннің институционалдық түрлері (публицистикалық мәтін, жарнама мәтіні т.б.);
- БАҚ-тың типологиялық сипаттамасы;
- мәтіндердің функционалдық жанрлық жіктелімі;
- тілдік, бейвербалды, вербалды-бейвербалды мәтін түрлері;
- мәтінтүзуші;
- мәтінді қабылдаушы;
- мәтіннің тақырыптық доминанты.

Г.С. Мельник медиамәтіндерді аудиторияға әсер ету күшіне қарай жіктейді. Зерттеуші медиамәтіндердің төрт түрін көрсетеді:

- 1) бұқаралық аудиторияға әсер етуге арналған
- 2) белгілі бір әлеуметтік институтқа/нақты адресатқа әсер етуші медиамәтіндер
- 3) шұғыл реакция тудырушы медиамәтіндер
- 4) аудиторияға әсер етуге арналмаған, бейтарап (ақпараттық) медиамәтіндер [84, б. 136].

Медиамәтіндерді жүйелеудің екі түрлі факторы анықталған: сыртқы (экстралингвистикалық) және ішкі (лингвоменталды) факторлар.

БАҚ мәтіндерін жіктеуде ескерілетін маңызды белгілер қатарына байланыс түрі, кері байланыс, ақпаратты құру және тарату формаларын, тілдік

катынастың формалдылығы немесе бейресмилілігі сияқты белгілер жатады.

Тарату арнасы параметрі – баспа, радио, теледидар, интернет – күрделі әлеуметтік медиа жүйесіндегі жеке түр болып табылады және «жеке құрылымдық бірлік», «ұқсас жүйе объектілерінің жиынтығы» ретінде қарастырылады. Бұл параметр сапасы мен мультимодальділік дәрежесі таратушы арнаның мүмкіндіктеріне байланысты медиамәтіндердің техникалық және технологиялық детерминизміне назар аударуға мүмкіндік береді. Нәтижесінде газет/баспа мәтіндері, радио және телемәтін, интернет мәтіндері, гипермәтін және т.б.

«Мәтіннің институционалдық түрі» параметрі бойынша БАҚ мәтіндері журналистік, жарнамалық және PR-мәтіндерге бөлінеді. Жарнамалық және PR-мәтіннен айырмашылығы публицистикалық мәтіннің тәуелсіздігі өзекті әлеуметтік ақпаратты жинау, өңдеу және кезеңді түрде тарату жөніндегі қоғамдық қызмет ретінде журналистиканың іргелі принциптерінен, мақсаттары мен функцияларынан туындайды.

Медиамәтіндердің типологиялық белгілері олардың форматына, аудиториясына, мақсаты мен бағытына, ұйымдастырушылық т.б. сипаттарына негізделген. Сапалы, бұқаралық немесе арнайы басылымдарда жасалған мәтін түрлері мазмұндық, құрылымдық-композициялық, жанрлық-стильдік және тілдік деңгейлері бойынша ерекшеленеді.

Мәтін типологиясы тақырыптық, композициялық және стильдік түрлерін қамтитын жанрлық ерекшеліктерге бағытталған. Адресат қазіргі журналистік мәтіндердің маңызды белгісі ретінде танылады. Аудиторияның әр түрлі сегменттері үшін БАҚ нарығында туындаған бәсекелестік басылымдардың дифференциациясын тудырды, олардың функционалдық мақсатын өзгертті, әр түрлі коммуникация түрлерін және адресаттардың сан алуан түрлерін қалыптастырды. Қазіргі басылымдардың «өз» оқырманына бағдарлануы әр түрлі жүйелеулерде көрінеді: типологиялық (сапалық – бұқаралық – таблоидтық), идеологиялық (бейтарап – солға бағытталған – оңға бағытталған), стильдік (дәстүрлі – таблоидтық). БАҚ мәтіндерінің типологиялық сипаттамасының мәнді параметрі (медиа контенті) бұқаралық ақпарат құралдарында үнемі қайталанатын тақырыптар мен медиа тақырыптарына назар аударады [60, б. 58].

XX ғасырдың 70-жылдарының аяғында Француз социологы А. Моль массмедияның пайда болуына байланысты қоғамдағы мәдени құндылыққа деген көзқарастың өзгеретінін болжаған екен. Тіпті қоғамда қалыптасқан негізгі білім беру жүйесі де өзінің бұрынғы маңызын жоғалтып, қарапайым адам үшін отбасында, мектепте, колледжде алған білімінің жиынтығы емес, оның радиодан естігені, теледидардан, кинодан көргені, билбордтан немесе газеттен оқығаны, әріптестерінен, көршілерден естігені маңызды болады.

Осылайша, адамның тұлғалық болмысы мен дүниетанымдық көзқарасын қалыптастыратын бұрынғы азды-көпті біртұтас білім мен құндылықтар жүйесі үнемі бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалында болатын өзгермелі

көзқарастар жиынтығымен алмасады деп жазған екен [85]. Бүгінгі рухани өмірдің барлық саласындағы өзгерістер, яғни қазіргі қоғамымызда әлеуметтік желілері бар интернет, форумдар мен блогтар, теледидар, радио, кино және баспасөз сияқты бұқаралық ақпарат құралдарының маңызды рөл атқаруы ғалымның осы болжамының орындалып жатқанын аңғартатын сияқты.

Ғалым Ж. Бекболатұлының пікірінше, мәтінді құбылыс ретінде сипаттайтын негізгі белгілер:

- мәтін құрылым түзуші өнімді процесс;
- мәтін символдық әрекет болып табылады;
- мәтін белгілердің тұйық жүйесі емес, көп мағыналы кеңістік [86, б. 25].

Медиамәтін ұғымы ретінде қазіргі уақытта коммуникация ғылымында, журналистика теориясында, әлеуметтануда және басқа да пәндерде қазіргі қоғамдағы бұқаралық коммуникация мен бұқаралық ақпарат құралдарының шындығын сипаттау үшін қолданылады. Сонымен бірге, қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының объективті шындығында әртүрлі, көпөлшемді медиаөнімдер пайда болды. Оларға газет мәтіні, жарнама мәтіні, блог парақшасы, фильм, трейлер, интернет сайты және т.б. жатады. Бұл медиа шындық пен медиакөңілдіктің элементтерін құрайтын деректердің көп өлшемділігі мен көп пішінділігін көрсетеді. Белгілі бір мағынада «медиамәтін» ұғымы алуан түрлі типтік, спецификалық белгілермен сипатталатын жалпылама сипатқа ие осы көптеген мәтіндік құрылымдардың барлығын қамтиды. БАҚ мәтіндері типі мен түріне, жанры мен формасына, әр түрлі тәсілдеріне қарай публицистикалық мәтін, жарнама мәтіні және блог мәтіні т.б. деп жіктеледі, олардың барлығы медиамәтінге жатады.

Мәтін лингвистикасындағы отандық және шетелдік ғалымдардың мәтін түрлерінің жіктелімін саралай келе, біз өз тарапымыздан медиамәтін түрлерінің төмендегі классификациясын ұсынамыз.

Медиалық таралу әдісіне байланысты 7 түрге бөлуге болады:

1. Газет журнал баспа мәтіні (жаңалықтар, репортаж, мақала, пікір т.б.);
2. Теледидар мәтіндері (телехабар, ток шоу, т.б.);
3. Радиомәтін (жанрлық түрлері);
4. Киноөнім (жанрлық түрлері);
5. Ұялы байланыс мәтіні (SMS, чат);
6. Интернет мәтін (блог, пост, чат хабарламасы);
7. Медиакommunikациядан тыс альтернативті коммуникация мәтіндері (көше хабарландырулары)

Жасалу әдісіне байланысты 3 түрі:

1. Баспа мәтін;
2. Аудиомәтін;
3. Аудиовизуалды (экрандық) мәтін.

Пәні және қызмет түрі бойынша 6 топқа бөліп қарастыруға болады:

1. Кәсіби публицистикалық мәтіндер (өз ішінде жанрлары бойынша

көркем публицистикалық, аналитикалық, ақпараттық- танымдық, ойын- сауық деп жіктеледі);

2. Кәсіби емес (блогерлік, азаматтық) (жанрына байланысты түсініктеме немесе ақпараттық жазба және т.б. болып жіктеледі);

3. Жарнама мәтіндері;
4. PR мәтіндер;
5. Үгіт -насихат мәтіндері;
6. Ғылыми мәтіндер.

Стилі мен тақырыбы бойынша:

1. деректі-публицистикалық мәтін;
2. ғылыми мәтін;
3. көркем мәтін;
4. бұқаралық ойын-сауық мәтіні.

Дискурс бойынша:

1. қоғамдық-саяси мәтін;
2. тарихи мәтін;
3. көркем мәтін;
4. философиялық мәтін;
5. діни мәтін.

Бұл жіктелімді кесте бойынша былай көрсетуге болады:



Сурет 1 – Медиамәтіндердің жіктелімі

Бұл кестеде медиамәтіндер шартты түрде жіктелді. Мұнда медиамәтіндердің барлық жиынтығын қамтылды деуге болмайды. Себебі медиамәтіннің бір түрі бірнеше параметр бойынша жіктелуі мүмкін. Мысалы, әлеуметтік желіде берілген бір ғана анекдот мәтінін осы жіктелімге сәйкес сараласақ, оны барлық бес бөлімге де жатқызуға болады. Себебі интернет мәтіні бола тұра, кәсіби емес блог мәтіні, бұқаралық ойын сауық мәтіні және әлеуметтік саяси немесе философиялық деген топтарға жатқыза аламыз.

Балаларға арналған медиамәтіндердің түрлері мен жанрлық - тақырыптық жіктелуі.

Мектепке дейінгі 3-7 жастағы балалардың әлемді қабылдауы оның тәжірибесіздігімен, сыни талдауға қабілетсіздігімен анықталады. Ол нақты бейнелі ойлаумен, қабылдаудың эмпиризммен сипатталады. Бұл жастағы балалар үлкен қызығушылықпен, айналасындағылардың бәрін білуге деген ұмтылыспен сипатталады. Бұл жаста балаларда әлемді танудың екі әдісі бар: ауызша және көрнекі. Телебағдарламалардағы ақпараттың көрнекілігі балаларды көбірек қызықтырады. Бірқатар ірі психологтар (Н.И. Джинкин, А. А. Степанов) үш жасында баланың экрандағы бейнені тануы қалыптасады деп санайды. Ол оның динамикасын, заттың ұлғаюын және азаюын, киімнің өзгеруін, әртүрлі жоспарларды, бұрыштарды түсінеді. 4-5 жасқа дейін балалар қысқа сюжеттерді түсінеді, үлкен бағдарламаларда олар жеке эпизодтарды байқайды. Экрандық кескінде олар кескіннің сенімділігіне емес, оның танылуына, яғни өзінің өмірлік тәжірибесімен байланысына назар аударады. Сонымен бірге баланың қызығушылығы оны жаңа заттар мен құбылыстарды білуге итермелейді. Оларды тұрақты кейіпкерлері бар драмалық көркем хабарлар (ертегілер, мультфильмдер) қызықтыра алады. Осы жастағы баланың ойлауы тұрақсыздықпен сипатталады, ақпараттар фрагментті, эскизді түрде қабылданады [87, б. 14].

Кіші мектеп жасындағы балалар нақты және ойдан шығарылған нәрселерді ажырата бастайды. Бұл жаста балаларда құбылыстардың қарама - қайшы қатынастарын ашу қабілеті әлі нашар дамыған болады. Кейіпкерлердің іс-әрекеттеріне және оқиғаларға деген қызығушылық еліктеуге негізделеді. Олардың қызығушылығы теледидар экранының күшті, мейірімді, батыл кейіпкерлеріне еліктеуімен сипатталады [87, б. 14].

Өмірлік тәжірибенің жеткіліксіздігі оны тереңдетуге деген ұмтылысқа әкеледі. Баланың танымдық мүдделерінің пайда болуының қажетті алғышарты - бұл белгілі бір саладағы белгілі бір білім қоры. Ол өзінің кішкентай өмірлік тәжірибесінен ішінара білетін нәрсеге қызығушылық танытады. Телешоуға назар аудару тақырыпты тану кезінде қанағаттану сезімімен байланысты. Бастауыш мектеп жасындағы балалар алдыңғы білімді толықтыратын мүлдем жаңа ақпарат туралы білуге ұмтыла отырып, өзін танудың басқа, жоғары деңгейін анықтайды.

Олар заттар мен құбылыстарды олардың жеке белгілері мен қасиеттерін

түсіну негізінде қабылдайды. Оларды салыстырады, алдын-ала бейнелер, гипотезалар жасайды.

Демек, бастауыш мектеп жасындағы балалар балабақша бүлдіршіндері сияқты суреттерге ғана емес, олардың сенімділігіне, шынайылығына, сондай-ақ ақпараттардың молдығына қызығады. «Кіші мектеп жасындағы балалардың назары тұрақты, ойлау мектепке дейінгі балалардан әлдеқайда нақты, айқынырақ, танымдық мазмұнды медиамәтіндерге қызыға бастайды» [88, б.12].

Осындай жас ерекшеліктеріне байланысты балаларға арналған медиамәтіндер де құрылымдық және тақырыптық-жанрлық жағынан әр түрлі болады.

Жеткіншек жастағы оқушының қабылдауында механикалық емес, терең тану үлкен маңызға ие болады. Бұл жастағы оқушылардың философиялық, моральдық, этикалық мәселелерді білуге деген құштарлықтары ояна бастайды. Жасөспірімді өмірдің мақсаты мен мәні қызықтырады, телебағдарлама кейіпкерлерінен моральдық идеалды іздейді. Олар да ақпараттың көрнекілігіне қызығады, бірақ сонымен бірге вербалды ақпаратқа үлкен мән береді.

Бұл жастағы көрермендердің қоршаған ортаның әртүрлі мәселелеріне, еліміздің ішкі және халықаралық өмірі, спорт, өнер, техника, музыка сияқты салаларға деген қызығушылығы артады. Сондықтан да осы жастағы балаларға арналған телебағдарламалардың оқу-танымдық, танымдық ойын-сауықтық және спорттық ойын-сауықтық түрлері көп.

Ойындар жасөспірімдер үшін физикалық және ақыл-ой қабілеттерін салыстыру мүмкіндігі ретінде маңыздылығын сақтайды. Байқау, жарыс арқылы балалар өз күштерін сынап көреді, ақыл мен ерік-жігердің жұмысын тексереді. Байқау арқылы жасөспірім өзін тұлға ретінде растайды. Ол көбінесе өзіне деген ішкі көзқарасты өзгертеді. Онда өзін-өзі тәрбиелеудің үлкен қажеттілігі байқалады.

Зерттеушілер бұл кезенді балалық шақтан ересек жасқа дейінгі күрделі, өтпелі кезең ретінде, жасөспірімнің тұлға ретіндегі қалыптасу кезеңі, дүниетанымды, адамгершілік, этикалық принциптерді қалыптастыру процесі ретінде атап өтеді.

Балалардың психикалық дамуының ерекшеліктерін білу теледидарлық хабарлардың мақсатты әсерін өзгертуге негізі болып табылады, бұл жалпы балалар телебағдарламаларын оңтайландыруға ықпал етеді.

Зерттеушілердің пікірінше, балалар өз уақытының 30 пайызға жуығын теледидар көрумен өткізеді екен. Яғни орта есеппен алғанда бүлдіршіндер мектепке дейінгі өмірінде 5000 сағатты теледидар көруге жұмсайды екен. Интернет көздерінен алынған ақпараттарға қарағанда шетелдерде бұл мүмкіндікті баланың тәрбиесі мен танымын дамытуға ұтымды пайдалану дұрыс жолға қойылған екен. Мысалы, Америкада осы жастағы балаларға арналған бағдарламалардың дені танымдық тақырыпта болады екен. Жапонияда мультфильмдер балаларға елдің салт-дәстүрін, мәдениетін танытуға бағытталған, Қытайда Отаншылдық сезімін қалыптастыруды басты мақсат

етеді. Сондай-ақ, анимациялық фильмдер шетелдіктер үшін мықты идеялогиялық құрал болып табылады.

Біздің еліміздің болашағы үшін балалардың мемлекеттік тілді білуі аса маңызды. Бүгінгі таңда қазақи отбасында туып, тәрбиеленгенімен, тілі орысшаға бейім, ұлты қазақ, бірақ өздері орыстілді балалар көп.

Қазіргі заманда бүлдіршіндер әжесінің ертегісін тыңдап, атасымен сұхбаттасқаннан гөрі телеарналардағы түрлі мультфильмдерді тамашалағанды қалайды. Осының салдарынан балалар қазақ тілінен гөрі ағылшын және орыс тіліне бейімделіп, ана тілінде сөйлей алмай жатады. Зерттеу нәтижелерін нақтылау мақсатында қосымша әлеуметтік сауалнама жүргізілді. Семей қаласындағы бірнеше балабақшалар мен бастауыш сынып оқушыларынан және ата-аналардан алынған сауалнама отандық балаларға арналған телеарналар бағдарламаларын бүлдіршіндердің қаншалықты қызыға көретінін және олардың баланың тілін, танымын дамытуға ықпалын анықтау мақсатындағы сұрақтарды қамтыды.

Сонымен қатар, балалардың түсінігіндегі «туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерін анықтау үшін аталған концептілерге қатысты ассоциациялық тест жүргізілді. Бұл бізге телебағдарлама мәтіндерінің балалардың когнитивтік ойлауы мен сөйлеу тілін дамытуға әсерін және балаларға арналған телемәтіндердегі «туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерінің ассоциативтік өрісін анықтауға мүмкіндік береді.

Сауалнамаға 8-15 жастағы балалар және олардың ата-аналары қатысты. Сауалнаманың мақсаты – телебағдарлама мәтіндерінің балалардың когнитивтік ойлауы мен сөйлеу тілін дамытуға әсерін анықтау.

«Балапан» телеарнасында жүргізілетін және басқа да ұлттық арналардағы балаларға арналған қазақтілді бағдарламалар жасөспірімдердің сөз байлығы мен дүниетанымын арттыруға ықпал ете ала ма? деген сұраққа ата-аналардың көпшілігі «иә» деп жауап берді.

Бірақ балабақшалардағы балалардың тілі неге мемлекеттік тілде дамымай жатыр деген сұраққа көпшілігі қазақтілді контенттің жеткіліксіздігінен деп есептейтіндерін білдірді.

Сауалнама нәтижелері 8-15 жас аралығындағы балалардың қазақтілді бағдарламаларға көзқарасы және олардың түсінігіндегі «туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерін түзетін ассоциативті сөздер анықталды. Барлық сауалнамаға қатысушылардың жауаптарын сараптағаннан ұсынылған концепт сөздерге қатысты ассоциация жасайтын сөздер анықталды.

8-15 жас аралығындағы балалар «Туған жер» концептісіне қатысты деп «Отан», «атамекен», «туған қала», «ауыл», «Қазақстан», «дала», «тау», «туып өскен жер», «өзен», «домбыра», «жылқы» т.б. сияқты тілдік бірліктерді белгілеген. Достық ұғымын балалар «сенім», «татулық», «көмектесу», «адалдық» деген сөздермен белгілеген. Балалық шақ ұғымы балалардың танымында «балабақша», «бақыт», «ойын», «күлкі», «ата-ана», «отбасы», «дос» сөздерімен ассоциация құрайтынын байқадық.

Ата-аналар арасында жүргізілген сауалнама бойынша көбінесе мазмұны осындай пікірлер келіп түсті:

1. Қазақ аудиториясына қазақша қызықты мультфильмдер керек (аударма емес).

2. «Nickelodeon», «TiJi» арналарындағы балаларға арналған бағдарламалар аудармасының сапасы өте нашар, сүзгіден өтпеген.

3. Дөрекі сөздер, әдеби тіл нормасына жатпайтын сөздер кездеседі. Тілдік сапасын қатаң тексеру керек.

4. Көбінесе батыстық мультфильмдер аудармасы ұсынылатындықтан, олардың танымдық, тәрбиелік мазмұны қазақ менталитетіне сай емес.

5. «Nickelodeon», «TiJi» арналарында мазмұны түсініксіз, балалардың түсінігі мен танымына кері әсер ететін шетелдік фантастикалық мультфильмдер көп көрсетіледі.

Сауалнаманың қорытындысы қосымшада берілді. [Қосымша Ө]

Бүгінгі жас сәбилер – ертеңгі ел болашағы. Олар ең алдымен ана тілін еркін меңгеруі тиіс. Бұл миссияны телеарналар күштеусіз орындап беруге қауқарлы. Бұл үшін телеарналардағы балаларға арналған қазақ тілді бағдарламалар қызықты әрі тартымды, мағыналы болуы қажет. Бұл қазақтілді контенттің тәрбиелік, танымдық, тіл үйретушілік мақсаттарға бағытталуын талап етеді.

Бұл ретте балалар қызығып көретін анимациялық фильмдердің қазақ және басқа ұлт өкілдерінің отбасында өсіп келе жатқан бүлдіршіндердің мемлекеттік тілде сөйлеп үйренуіне ықпалы зор. Қазіргі таңда қазақтілді контент саны мен олардың қолжетімділігін арттыру мақсатында елімізде әзірге шетелдік арналарды қазақшалау мәселесі қолға алынған. Соның арқасында балалар «TiJi» және «Nickelodeon» телеарналарының түрлі бағдарламаларын қазақша көруде. Алайда осы бағдарламалардың танымдық және тәрбиелік мәні қандай? Аудармалардың тілдік сапасы ше? Зерттеу жұмысы барысында «TiJi» және «Nickelodeon» телеарналарының бірнеше бағдарламаларының тілін қарастыра келе, бұл бағдарламаларды тәрбиелік және танымдық жағынан қатаң сұрыптау керек екенін аңғардық. Себебі, осы телеарналардағы балаларға арналған бағдарламалар тілінде дөрекі сөздер т.б. әдеби тіл нормасына сәйкес келмейтін қолданыстар ұшырасып жатады. «Nickelodeon» арнасынан «Ысқыш Боб» («Спандж Боб») мультфильмінің қазақша аудармасы көрсетіледі. Аталған мультфильм тілінде әдеби тіл нормасына жатпайтын дөрекі сөздер, дисфемизмдер жиі кездеседі. Мысалы: антұрған, бейбақ, ақымақ, сұмырай деген сөздер өте жиі қолданылады.

Бұл арналарда негізінен мультфильмдер көп қамтылады. Бүлдіршіндер тартымды безендірілген мультфильмдерді қай тілде болса да тез қабылдайды. Сондықтан, қазақтілді телебағдарламалар бүлдіршіндерге қазақ тілін үйретудің маңызды құралы деуге болады. Бала бастапқы кезде мәтіндегі сөздердің мағынасын толық түсінбесе де суреттерге қарап қызықтайды, көре келе жекелеген сөздер мен фразаларды жаттап алады. Одан кейін бұл атауларды, сөз

тіркестерін мағынасын түсініп, өзі де қолдана бастайды. Нәтижесінде баланың тілді үйренуге қызығушылығы артып, тұтас сөйлемдерді айтып үйренеді.

Балалар контентін мемлекеттік тілде дамыту аясында қазақшаланған «Тілі» және «Nickelodeon» телеарналарындағы мультфильмдерге, «Сөзотау» қазақ балалар ақын-жазушыларының сайты және «Бала тілі» интерактивті онлайн платформасын айтуға болады.

«Балапан» арнасының көрсетілімдері де негізінен танымдық, оқу-танымдық, ойын-сауық шоу бағдарламаларға негізделген.

Біздің зерттеуіміздің мақсаты – отандық телеарналардағы балаларға арналған бағдарламалар тілін танымдық бағытта, когнитивтік аспектіде зерттеп, лингвоконцептуалдық сипатын ғылыми тұрғыда зерделеу болғандықтан зерттеу нысанына 2010 – 2023 жылдар аралығындағы отандық телеарналардағы балаларға арналған телебағдарлама мәтіндері алынды. Зерттеу барысында талдауға түскен медиамәтіндердің басым бөлігі «Балапан» телеарнасында берілетін телебағдарламалардан алынды. «Балапан» телеарнасы – 2010 жылдан бастап халыққа қызмет көрсетіп келе жатқан отандық арна. Бұл арнаның негізгі аудиториясы – 0-8 жас аралығындағы бүлдіршіндер. Аталған арнада тек қазақ тіліндегі бағдарламалар көрсетіледі. Интернетте арнайы «balapan.tv» парақшасы бар. Балаларға арналған бағдарламалар басқа отандық арналарда да бар. Балаларға арналған қазақтілді телебағдарламалардың басты мақсаты – болашақ ұрпақтың бойында отансүйгіштік, еңбекқорлық, адамгершілік сияқты ізгі қасиеттерді қалыптастырып, рухани тұрғыда жетілдіріп, интеллектуалды, мәдениетті, парасатты, білімді тұлғалар тәрбиелеуге ықпал ету.

Ұлттық болмысымызға сай, тәрбиелік-танымдық мазмұндағы балаларға арналған шетелдік кинолар мен мультфильмдер жіті сұрыпталып, қазақ тіліне аударылып беріледі. Бағдарламалар өте қызықты. Балалардың ұғымына түсінікті, қазіргі заман талабына сай жасалған. Дегенмен, балаларға арналған медиамәтіндер тілінде ұлттық тіліміздің мәйегін балалардың санасына сіңіретін, олардың сөз байлығын арттыратын, ұлттық дүниетанымды қалыптастыратын когнитивтік модельдер мен концептілер жүйесі ғылыми тұрғыда зерделеніп, жүйелеуді, талдауды қажет етеді.

Зерттеу нысаны болып отырған балаларға арналған медиамәтіндерді қарастыра келе, оларды жанрлық ерекшеліктеріне қарай төмендегідей жіктедік:

- Танымдық - ақпараттық. Мұнда бала танымына сәйкес қызықты ақпараттар беріледі. Оларда жануарлар әлемі туралы, Қазақстан қалалары туралы, әлемдегі қызықты оқиғаларға байланысты, салт -дәстүр, қолөнер туралы түрлі ақпараттар қамтылады. Мысалы, «Ғажайыпстанға саяхат», «Үйрен де жирен» т.б. бағдарламалар.

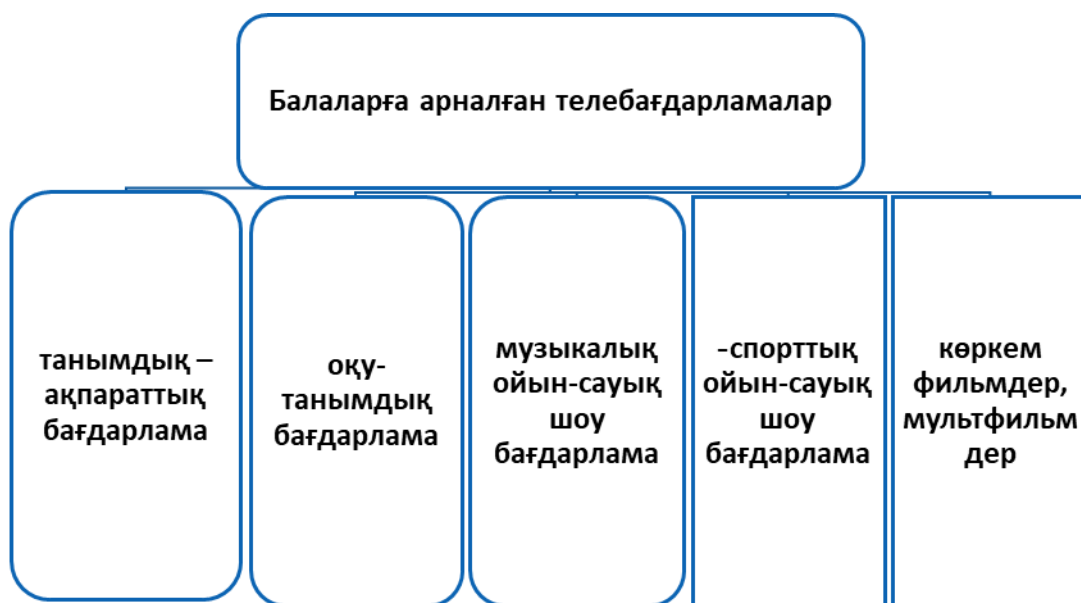
- Оқу-танымдық бағдарламаларға телеарналардан берілетін онлайн сабақтар, «21 ғасыр көшбасшысы» т.б. интеллектуалдық білім сайыстары мен оқу материалдарын меңгертуге арналған бағдарламалар жатады.

- Музыкалық ойын-сауық шоу бағдарламаларға әр түрлі сазды бағдарламалар, балалар мен жасөспірімдердің түрлі ән сайыстары жатады.

- Спорттық ойын-сауық шоу бағдарламалар.
- Көркем фильмдер мен мультфильмдер.

Мысалы: «Алақай, балақай!» – спорттық ойын-сауық шоу бағдарлама, «Айжұлдыз» – кешкілік танымдық ақпараттық бағдарлама, «Кел, ойнайық!» – танымдық ойын-сауық шоу бағдарлама, «Шеберхана» – оқу-танымдық бағдарлама, «Әліппе» – оқу-танымдық бағдарлама, «Ән салайық!» – отбасылық музыкалық ойын-сауық шоу бағдарлама, «Ғажайыпстанға саяхат» – танымдық ақпараттық мультсериал. Сонымен бірге, «Қазақстан» ұлттық телеарнасынан шығатын «Айгөлек», «Толағай», «Еркетай» бағдарламалары.

Бұл жіктелімді төмендегідей схема арқылы көрсетуге болады:



Сурет 2 – Балаларға арналған телебағдарламалардың тақырыптық - жанрлық түрлері

Балаларға арналған медиамәтіндердің тілі баланың жас ерекшелігіне байланысты әр түрлі болады. 3-4 жастағы бүлдіршіндерге арналған бағдарламалардың тілі өте жеңіл, сөйлемдері қысқа, баланың түсінігіне, танымына сәйкес сөздер мен сөз тіркестерінен құрылады.

Мысалы, «Балапан» арнасындағы «Баламен бетпе бет» бағдарламасы 3-5 жас аралығындағы балаларға арналған. Медиамәтіннен үзінді келтірсек:

Жүргізуші: Аяулым, сен поездың не екенін білесің бе?

Аяулым: Иә. Ол үлкен. Тағы да оған адамдар отырады.

Жүргізуші: Сен поездға отырып көрдің бе?

Аяулым: Иә. Мен Алматыға поезбен келдім.

Жүргізуші: Сен Алматыға қай қаладан келдің?

Аяулым: Түркістаннан.

Жүргізуші: Аяулым, сенің отбасыңда неше адам бар?

Аяулым: Мен, әкем, анам, бауырым.

Жүргізуші: Аяулым, сен достарыңмен қандай ойындар ойнайсың?

Аяулым: Қуаласпақ, Сулифа

Жүргізуші: Болды ма? Қуыршақ ойнамайсың ба?

Аяулым: Ойнаймын («Баламен бетпе бет» бағдарламасы)

Бұл - 3-5 жастағы бүлдіршіндерге арналған сұқбат түріндегі медиамәтін. Диалог баланың жас ерекшеліктеріне байланысты айтуға жеңіл, қысқа сөйлемдерден тұрады.

Ал 7-11 жастағы балаларға арналған бағдарламалар құрылымы мен мазмұны жағынан күрделірек медиамәтіндерден тұрады. Мұндай бағдарлама мәтіндерінің танымдық маңызы зор.

Сонымен қатар, 11-15 балаларға арналған медиамәтіндер ішінде әзіл-қалжыңға құрылған бағдарламалар жиі орын алады.

Мысалы:

Тоқташы, мына үстіңе қабат- қабат киімдерді неге кидің?

- Қойшы, Серік, жауап бермей-ақ қояйыншы, ерініп тұрмын.

- Мен түсінбедім, түсіндіріп берші маған.

- Мына ақ жейдені, костюм, шалбарды кеше ата-анаммен тойға барғанда кидім.

- Жарайды, тойға бардың делік. Тойдан келіп, шешіп тастауыңа болмады ма?

- Ерініп тұрмын, досым, сосын бір аптадан кейін қонаққа барады екенмін. Сол кезде тағы да шешіп жүрмеймін. Дайын, рахат.

- А-а, ал мына ақ жейдені не үшін кидің?

- Мына ақ жейдені кешке жатар алдында кидім. Ал мына жемпір мен баскиімді кешке салқын болады деп киіп алдым. Сосын сен футбол ойнаймыз деген соң бәрінің сыртынан футболға арналған киімді кидім. Бір күні қайтадан киемін ғой осы киімдерді. Сондықтан шешпей жүре беремін.

- Шешпей киіп жүре берсең, тозып кетпей ме мына киімдерің?

- Есесіне уақытым озбайды.

- Ай, жарайды, өзің білші. Кеттік аттракционға.

- Ана аттракционның билеті қанша?

- Сендерге 500 тенге, кіресіңдер ме?

- Иә, аға.

- Кір, кір. Тоқтай тұр, сен мынау не киіп алғансың үстіңе қабаттап? Мынаны қара, қабаттап, костюм, жемпір, оның ішіне жейде, оның ішінде тағы бір нәрсе бар. Мынау қабаттап шапка... Сен мындағы киіміңнен біреу қалдырасың-ау... Сыймайсың ғой қазір мынаның ішіне. Оның үстіне былай кіру деген қауіпті болады.

- Жарайды, ағай, ерініп тұрмын. Ертең келемін.

*- Уақытты оздырмаймын дегенің қайда? **Еріншектің ертеңі бітпейді** деген осы («Қуыр-қуыр-қуырмаш» бағдарламасы 2017 жыл).*

Балаларға арналған телемәтіндер шартты түрде жас ерекшеліктеріне байланысты және мағыналық түрлеріне байланысты жіктеледі. Осы екі

параметр бойынша біз балаларға арналған телемәтіндерді төмендегідей топтастырдық:

Жас ерекшеліктеріне байланысты телемәтіндер :

- Бөбектерге арналған (0-3 жас);
- Мектепке дейінгі (3-7 жастағы) балаларға арналған;
- Кіші мектеп жасындағы (7-11) балаларға арналған;
- Жеткіншек жастағы балаларға арналған (11-15) телемәтіндер деп

топтастырдық.

Мағыналық тақырыптық түрлеріне байланысты:

- Танымдық-ақпараттық;
- Оқу-танымдық;
- Ойын-сауық түріндегі;
- Спорттық ойын- сауық бағдарламалары;
- Көркем медиа (мультфильмдер мен балаларға арналған көркем фильмдер) деп жіктелді.

Әр жастағы балалардың психолингвистикалық, физиологиялық ерекшеліктеріне байланысты, балалардың қабылдауы, сөздік қоры мен сөйлеу қабілеті де әр түрлі болатыны белгілі. Осыған байланысты әр жастағы балаларға арналған телебағдарламалар тілі де өзіндік ерекшеліктерге ие. Жоғарыда айтып өткендей, бөбектерге арналған телебағдарламалардың вербалды деңгейден гөрі мультимодальділік сипаты басым болса, мектепке дейінгі жастағы балаларға арналған телемәтіндер қысқа құрылымды сөйлемдер, толымсыз сөйлемдер, парцелляцияланған құрылымдар, мақал- мәтел, жаңылтпаш, санамақ т.б. мол қолданылуымен ерекшеленеді. Кіші мектеп жасындағы балаларға арналған бағдарламаларда танымдық-ақпараттық сипат басым болса, жеткіншек балаларға арналған бағдарламаларда жеңіл әзілге құрылған немесе ғылыми сипаттағы мәтіндер жиі кездеседі.

1.3 Медиамәтіндер тілін когнитивтік аспектіде қарастырудың ғылыми-әдіснамалық негіздері

Қазіргі уақытта медиалингвистикадағы маңызды мәселелердің бірі бұқаралық ақпарат құралдарының тілін жаңа бағыттар арнасында қарастыру болып табылады. Осы орайда медиамәтіндер тілін когнитивтік аспектіде қарастыру өзекті мәселелер қатарынан орын алады. XX ғасырдың соңына қарай тіл білімінде қалыптасқан когнитивті лингвистика аясында тіл құбылыстарын зерттеу жаңаша сипат алды.

Тіл білімі тарихында тілді зерттеудің үш түрлі парадигмасы анықталған: салыстырмалы-тарихи, жүйелік-құрылымдық және антропорөзектілік. XIX ғасырда лингвистика ғылымында салыстырмалы тарихи парадигма қалыптасса, XX ғасырда тілдің құрылымдық ерекшеліктерін қарастыру басты назарда болды. Ал XXI ғасыр тіл біліміндегі зерттеулерде антропорөзектілік

парадигмасы бірінші орынға шықты.

«Когнитивті тәсіл қазіргі заманғы білімді ұйымдастыру және әлем туралы идеяларды құруда ақпаратты беру және өңдеу үшін тілді қолданумен байланысты күрделі процестерді зерттеуге баса назар аударады. Зерттеушілерді әлемнің тілдік бейнесін құру мәселелері, сонымен қатар категориялау және концептуализация мәселелері көбірек қызықтырады. Категориялау және концептуализация – ақпаратты түсінуді реттейтін процестер. Олардың көмегімен адам өзі туралы және айналасындағы әлем туралы білімді қалыптастырады, тұжырымдамалар мен категориялар түрінде үнемі көбейіп келе жатқан ақпарат көлемін ұйымдастырады, осылайша шашыраңқы ақпаратты жүйелі білімге айналдырады» [89, б. 14].

Қазіргі лингвистика ғылымындағы зерттеулер адам факторына ерекше назар аударады. Дәстүрлі тіл білімінде және құрылымдық грамматикада бұрын басымдық берілмеген адам мен тіл, тіл және таным, тіл және сана сияқты ұғымдарға бүгінгі лингвистикада ерекше мән берілуде.

Зерттеушілер адам факторын зерттеудің бірқатар жаңа ғылыми бағыттардың қалыптасуына негіз болатынын түсініп, антропоэзектілік парадигмаға жол салды. Себебі, бұл парадигма тілдің ашылмай жатқан жаңа қырларын, жаңа аспектілерін тануға мүмкіндік туғызады. Антропоэзектілік парадигманың негізгі мақсаты тілді жүйелік, құрылымдық парадигмамен сабақтастықта ала отырып, оны тек қарым-қатынас құралы ретінде ғана емес, ұлттық мәдени код ретінде тану.

«Тілді өз ішінде ғана зерттеу жеткіліксіз болған себепті, оны психология, философия, дін, тарих, мәдениет, қоғаммен байланыстыратын ауқымды зерттеулер жүргізіле бастады. Осылайша, бүгінде функционалды лингвистика тілді зерттеудің негізгі бағыттарының біріне айналды. Осыған сүйене отырып, тіл білімінде тілді ғылымның басқа салаларымен, қоршаған ортамен, ішкі күймен, адамның көзқарасымен байланыстыратын антропоэзектілік бағыт қалыптаса бастайды. «Антропоцентризм» ұғымы гректің *anthropos* – «адам» және латынның *centrum* – «орталық» деген сөздерінен алынған. Бұл ғылыми бағыт бойынша адам әлемнің басқа құбылыстарынан ерекше, әлемнің орталығы ретінде танылады» [89, б. 14].

Бұл ғылыми бағыт бойынша лингвистикалық зерттеулерде адам әлемнің басқа құбылыстарына қарсы қойылып, адамды әлемнің орталығы ретінде таныту және әлемде болып жатқан түрлі үдерістерді адам факторымен байланыстыру мақсат етіледі.

Антропоэзектілік көзқарас бойынша әлемде орын алып жатқан барлық оқиғалардың орталығы – адам.

«Антропоэзектік парадигма – тілді адамның танымдық ойлау қабілетімен байланыстыра қарастырады. Антропоэзектік бағыттар – этнолингвистика, психолінгвистика, социолінгвистика, когнитивтік лингвистика және лингвомәдениеттану. Қазіргі таңда қазақ тіл білімінің мәселелері осы

бағыттардың негізінде зерттеліп, қазақ тілінің жүйелі құрылымдық қызметімен қатар, танымдық қызметтерінің шеңбері кеңейе түсті» [87, б. 74].

Тілді зерттеудегі антропоэектілік парадигма Фердинанд де Соссюр тұжырымдары негізінде қалыптасқан. XX ғасыр лингвистикасында Ф.де Соссюрдің «тіл сөйлеудің негізінде пайда болған абстрактілі жүйе, ал сөйлеу бұл жүйені адамдардың қолдануы яғни актуализация» деген пікірін қолдау нәтижесінде тілді тек құрылымдық тұрғыда зерттеудің жеткіліксіздігі байқалды.

XIX ғасырда В. фон Гумбольдт, Э. Бенвенист, Бодуэн де Куртэне, Э. Сепир, Б. Уорф т.б. ғалымдардың зерттеулерінде ұлттық тіл мен мәдениет, ұлттық таным сияқты мәселелерге назар аударыла бастады. Осы бағыттың қалыптасуына В. фон Гумбольдтің «Халықтың тілі оның рухы, ал халықтың рухы оның тілі, бұдан артық теңестірілетін дүниені елестету қиын» деген тұжырымы негіз болды. Адам факторын өз зерттеулеріне өзек еткен ресейлік лингвист ғалымдар ретінде Н.И. Толстой, В.Н. Телия, В.В. Воробьев, А. Вежбицкая, Н.Д. Арутюнова, В.А. Маслова сияқты ғалымдарды атап өту орынды.

Қазақ тіл білімінде А. Байтұрсынов «Тіл адамның адамдық белгісінің зоры» деп тіл мен адамның біртұтастығы жайында ескерткен болатын. Ахмет Байтұрсынұлы: «Тілдің міндеті – ақылдың аңдауын аңдағанша, қиялдың меңзеуін меңзегенінше, көңілдің түюін түйгенінше айтуға жарау. Мұның бәрін жұмсай білетін адамы табылса, тіл шама қадырынша жарайды» [90, б. 141], – деп түйіндеген. Ғалымның пікірінше, тілдік жүйенің ішкі мүмкіндігі шексіз, тілді қолданушы сөйлеу тілі арқылы тілдің коммуникативтік қызметін дамыта алады.

Қорыта айтқанда, тілді құрылымдық тұрғыда зерттеумен шектелмей, тілдің коммуникативті қызметінің адам болмысымен тығыз байланысты екенін ескерген пікірлерді А.Байтұрсынұлы еңбектерінен табуға болады. Ғалым тіл мен танымның бірлігі арқылы қалыптасқан адами құндылықтарды тіл болмысы арқылы түсіндірді. Көрнекті тілші тіл арқылы бейнеленетін таным теориясы негізінде ұлттық мінез, ұлттық салт-дәстүр, әдет-ғұрып сияқты мәдени құндылықтар туралы ақпараттардың адамның ой-өрісін арттыратынын мысалдар арқылы дәлелдеді. Ахмет Байтұрсынұлы адамзат баласын, оның ұлтын, мәдениетін, мінезін т.б. құндылықтарды тіл арқылы зерделеуге болады деген ой түйеді.

А. Байтұрсынұлынан кейін тіл мен таным, тіл мен ойлаудың байланысы туралы пайымдауларды С. Аманжолов пен Қ. Жұбанов еңбектерінен де кездестіреміз.

Қ. Жұбанов: «Әрбір құбылысты адам өз тарихи дәуірі тудырған көзқарастары арқылы көреді. Сондықтан әрбір ұлттың, оның ішінде әрбір таптың өзіне жақын, һәм алыс құбылыстары болады» [91, б. 39] - деп, таным теориясын сыртқы дүниемен, тіл әлемімен сабақтастыра түсіндірді. Табиғатпен біте қайнасқан адам санасындағы тұтас әлем тілде көрініс тауып отыратынын

айтқан ғалым алғашқы дәуірде де адамдар танымы абстракцияланғанын меңзейді. Қ. Жұбанов еңбектерінде тіл мен тарих, халық пен таным, ұлт пен мәдениет ұғымдары өзара сабақтас қарастырылған.

С. Аманжолов А. Байтұрсынұлы мен Қ. Жұбанов көзқарастарын жалғастыра келіп: «Әр халықтың тілі өзінің сана-сезіміне, ой-өрісіне сәйкес түрде ғана ойдың суретін, бейнесін бере алады» [92, б. 14] - деген пікір айтады. С. Аманжолов өз зерттеулерінде халықтың, ұлттың, этностың даму тарихына, жүріп өткен жолына үңіле отырып, дүниетанымдық қағидаларға айрықша назар аударады. Тіл тарихы мен ұлт тарихын бірлікте зерттей келіп, ғалым тіл табиғатын, жергілікті диалектілерді, ру, тайпа тілін географиялық мекен-жаймен, ел, жер атауларымен тығыз байланыста қарастырды. Ғалым халықтық ұғымдардың пайда болуы, жаңа мәнге ие болуы қарым-қатынас тілі арқылы көрінетіндігіне көңіл бөлді.

С. Аманжолов: «Тіл ғылымы – бүтіндей адам баласының тіршілігіне байланысты ғылым. Бұл ғылым тарих, философия, психология, политэкономия, әдебиет, көркемөнер т.б. ғылымдармен тектес, сыбайлас екені айқын болса керек. Байланыс жағынан алып қарағанда бұл ғылым география, этнография (халықтардың салт-санасы, мәдениет мұрасы жөніндегі ғылым), археологиямен тығыз байланысты екенінде ешкімнің дауы жоқ. Өйткені бұлардың бәрі – бірін-бірі толықтыратын, біріне-бірі материал беретін ғылымдар» [92, б. 26] – дейді.

Б. Момынова «Тілдегі жаңа бағыттар мен типтік қатынастар» еңбегінде: «адам – тұлға, жай ғана ізгілікпен пен қайшылықтардың жиынтық образы емес, ұлттық және әлеуметтік белгілерді бойына жинақтаушы тұлға. Сондықтан да этнолингвистика, этнопсихология, этнопедагогика, психоллингвистика, лингвомәдениеттану, когнитивті лингвистика – бәрі де адам санасы мен танымын, оның терең қатпарларын, таным мен сананың, ойы мен ойлауының тілі арқылы жарыққа шыққан нәтижелерін зерттейді» [93, б. 17] - дейді. Ғалымның көрсетуінше, антропоөзектілік парадигма мынадай принциптерге негізделеді: «Тілдегі негізгі фактор – адам факторы; Тіл адамның мінез құлқына, ойына, санасындағы әлемнің тілдік бейнесінің қалыптасуына ықпал етеді; Сөйлеушінің тілге ықпалы; Адамның лингвокреативті іс әрекетін жүзеге асыруға тілдің қай жүйесі ыңғайлы? Тіл жүйесінің қандай бөлігі өзгеруге бейім?» [93, бб. 11-13].

Когнитивті бағыттағы зерттеулер Н. Уәли, Э. Оразалиева, Ж. Манкеева еңбектерінде жалғасын тапты. Отандық лингвистикада тілдегі антропоөзектілік парадигма аясында Ә. Қайдар, Р. Сыздық, Н. Уәли, Ж. Манкеева, Б. Момынова, Г. Смағұлова, Ш. Сейітова, Э. Оразалиева, С. Жиренов, Г. Зайсанбаева сияқты ғалымдар тілді когнитивті лингвистика, этнолингвистика, прагмалингвистика, лингвомәдениеттаным, гендерлік лингвистика, нейролингвистика тұрғысынан зерттеп, қазақ тіл білімінің жаңа бағыттарын қалыптастырды.

Қазақ тіл біліміндегі когнитивті бағытты дамытушы ғалымдардың бірі Э. Сүлейменова тілдік таңбаның мағыналық, мазмұндық мәні арқылы дүниені тану жағын қарастырса, Н.Ж. Жарқынбекова еңбектерінде адамзаттың

этноменталды дүниесінің тіл арқылы көрініс табуы зерделенеді. Қ. Жаманбаева зерттеулерінде эмоция, гештальт-құрылым түріндегі концептілер талданады, ал Г.Гиздатовтың зерттеу еңбегінде сөз әрекетіндегі когнитивті модельдер типологиясы қарастырылған. С. Сүгірбекова зерттеуіне прозадағы контраст концептілердің тілдегі көрінісі өзек болды. Ш. Елемесова концептілердің ұлттық мәдени компоненттерін жан-жақты зерттесе, Н. Аитова байырғы ұлттық танымның көркем прозадағы тілдік көрінісін өз зерттеуіне нысан еткен. Ж. Сәткенованың диссертациясында кейіпкер тілінің когнитивтік мәні мен тілдік тұлға мәселесі көтеріледі. А. Әмірбекова концептілік құрылымдардың поэтикалық мәтіндегі тілдік көрінісін зерттеген. М. Күштаева, А. Смаилов еңбектерінде жеке лексемалар арқылы концепт мазмұнының берілуі талданған. Бұл зерттеулердің барлығы қазақ лингвистикасында когнитивті бағыттың қалыптасқанын айғақтайды.

Ә. Оразалиева қазақ тіл біліміндегі тілтаным парадигмасының бес түрлі кезеңін көрсетеді:

А. Байтұрсынов, Қ. Жұбанов, С. Аманжолов еңбектерінде көрінетін тілтаным парадигмасының қалыптасу кезеңі;

Тілдік бірліктердің танымдық парадигмасы: Н. Сауранбаев, Ғ. Мұсабаев, М. Балақаев, І. Кеңесбаев тұжырымдары;

Тілтанымдық парадигмалардың жалпы теориялық кезеңі: К. Аханов, Т.Қордабаев. Ә. Хасенов зерттеулері;

Тілтанымдық этюдтер парадигмасы: Ә. Қайдар, Р. Сыздық, Ш. Сарыбаев, М. Серғалиев, Ж. Манкеева, т.б.;

Қазіргі когнитивтік парадигмалар [94, б. 17].

Қ. Кенжекенова зерттеуінде қазіргі ғылыми парадигмалар аясындағы БАҚ тілі, коммуникациялық үдерістер мен прагматикалық қызметті жүзеге асырушы медиа тіліндегі саяси дискурстың когнитивтік сипаты қарастырылған [95, б. 58].

Аталған ғалымдардың еңбектерінде тіл біліміндегі когнитивтік бағыттың, тілдік бірліктердің танымдық сипатын зерттеудің маңызы дәйектелген.

Алайда, қазақ тіл білімінде медиамәтіндерді, оның ішінде жаңа медиа тілін когнитивтік тұрғыда зерттеген еңбектер жоқ. Когнитивтік тәсілдер БАҚ мәтіндерін зерттеуде де маңызды рөл атқарады.

Медиалингвистикадағы когнитивтік зерттеулер медиамәтіндердің интерпретациялық қасиеттері, олардың әлемнің ақпараттық бейнесін құрудағы рөлі, бұқаралық ақпарат мәтіндерін шығаруға және қабылдауға әсер ететін мәдени-спецификалық және идеологиялық факторлар, образдар мен стереотиптерді құрудың лингвомедиялық әдістері сияқты мәселелерді анықтауды көздейді.

Медиамәтіндердің лингвокогнитивтік сипатын айқындауда зерттеуді қажет ететін маңызды мәселелердің бірі медиамәтіндердегі әлемнің тілдік бейнесінің берілуі. Бүгінгі лингвистика ғылымында объективті дүниені анықтау мәселесінде көбінесе әлемнің концептуалдық бейнесі және әлемнің тілдік

бейнесі, сондай-ақ, оларға қатысты әлемнің мәдени бейнесі деген терминдер қолданылып жүр. Бұл терминдер тілдің антропоакпараттылық және жүйелілік сипаттарымен байланысты. «Әлемнің бейнесі» термині тілтанымдық ғылымда 19 - ғасырдың аяғы мен 20-ғасыр басында физикалық ғылымдағы «әлемнің физикалық бейнесі» термині негізінде пайда болған. Аталған терминді ғылыми айналымға енгізген ғалымдар Г. Герц және М. Планк әлемнің физикалық бейнесі – табиғаттың шынайы заңдылықтарын анықтайтын физикалық ғылым жасаған «әлемнің бейнесі» екенін түсінді. Кез-келген ұлттың мәдениеті, білімі мен дүниетанымы тіл арқылы көрініс табады. Бүгінгі қоғамдағы БАҚ мәтіндерін лингвокогнитивті талдау оның терең этносаралық сипатын анықтауға мүмкіндік береді. Әлемнің тілдік бейнесі ұғымы когнитивті лингвистика ғылымының нысанына жатады. Когнитивтік лингвистика ғылымының негізгі міндеті тілдің танымдық сипатын айқындау. Әлемнің тілдік бейнесі ұғымы белгілі ғалым В. фон Гумбольдт идеясынан туындағаны белгілі. Бұл идеяға сәйкес, әлемнің тілдік бейнесі – бұл белгілі бір ұлттық тілдің ішкі формасымен ұсынылған барлық лингвистикалық мазмұнның жиынтығы. Ғалымның айтуынша: «...Әр халықтың тіліне бірыңғай субъективті принцип қолданылады, яғни әр тілде өзіндік көзқарастар, дүниетанымдар, әлемнің көріністері жүйесі бар» [96]. Біздің ойымызша, әлемнің бейнесі рухани құрылым болып табылады және тілде емес, адамның санасында, ақыл-ойда болады. Тіл сөйлеу құрылымдары арқылы санадағы әлемнің тілдік көрінісін бейнелейді. Әлемнің тілдік бейнесі ұлттық сипатқа ие, өйткені әртүрлі тілдердің иелері әлемді өз тілдері арқылы басқаша қабылдайды. Көп жағдайда әлемнің тілдік бейнесі «ғылыми» бейнемен салыстырғанда қарапайым болып саналады.

Ресейлік ғалым Б. А. Серебренниковтың пікірінше, «әлемнің бейнесі, бір жағынан, адамнан тыс әлемді түсіндіру, екінші жағынан, осы әлемнің бөлігі болып табылатын сурет... Бұл әлемді ғана емес, сонымен бірге осы бейнені жасаған адамды да анықтайтын адам жасаған сурет». Яғни, әлемнің бейнесі – бұл нақты тіршіліктің көшірмесі ғана емес, ол қоршаған ортаның бейнелі берілуі, және әдетте, объектінің тек маңызды қасиеттері белгіленеді. В.Н. Эксторвтың пікірінше: «Әлем – бұл адамның өзі және оның қоршаған ортасы туралы ақпаратты өңдеудің нәтижесі. Сонымен бірге, көбінесе «адам» қоршаған ортаға, табиғатқа әсер етеді, антропологиялық ұғымдар арқылы тілде жүзеге асырылады және осы ұғымдардың барлығы әлемнің концептуалдық бейнесін құрайды».

Адам өзін қоршаған ортада тіл арқылы сезінеді және тіл арқылы әлемді игереді. Шын мәнінде, әрбір ұлттық тілдің негізінде ғасырлар бойы жинақталған осы ұлттың менталитеті жатады. Бұл тұрғыда ғалым В.А. Маслова әлемнің тілдік бейнесі ұлттық мәдениет пен халықтың өмір салтымен тығыз байланысты деп есептейді.

Ж. Манкеева лингвистикалық нышандарды анықтау кезінде: «бұл ұлттық білім қорында ұлттық болмыс, дүниетаным, рухани және мәдени құндылықтар,

әлеуметтік мәні жинақталатын тілдік нышандар. Себебі, қазақ халқы, басқа халықтар сияқты, ғасырлар бойы ойлау тәжірибесін, даналықты, дүниетанымды, дәстүрлерді және т.б. жинақтады. Олар халықтың өмірінің, мәдениетінің жалпы сипаты ретінде тұтас құрылымдық жүйені құрайды. Бұл адамзат үшін нақты болғанымен, оны түсінуге, білуге және оның санасында осы әлемнің тұтас бейнесін қалыптастыруға тырысу әр адамда, әр ұлттың әр түрлі деңгейлерде, әр түрлі түсіндірмелерде беріледі. Сондықтан, тіл әлемнің лингвистінің пікіріне, әлемді толық білетін жан әлеміне қатысты (тұжырымдамалық) әлемнің танымдық бөліктерін көрсетеді. Осылайша, Ана тілі өзінің ана тілінде сақталған әлемнің бейнесіне сәйкес танымдық ойынды ұсынуға тырысады» [97, б. 52]. Әлемнің тілдік бейнесі концептуалды бейненің бөлігі болып табылады және оны әлемнің танымдық моделі ретінде қарастыруға болмайды. Әлемнің концептуалдық бейнесінің лингвистикалық көріністен айырмашылығы, үнемі өзгеріп отырады. Тілдік айырмашылықтар ұлттық салт-дәстүрлермен, фольклормен, мифологиялық ұғымдармен, рәміздермен де анықталады. «Әлемнің бейнесі мен тілі, оның мәдениеті күрделі қарым-қатынаста. Тіл – бұл әр адамның әлемді зерттеудегі тәжірибесін сипаттау және көрсету тәсілі. Тіл ұлттық тәжірибені анықтап қана қоймай, оны ұрпақтан-ұрпаққа береді. Әр ұлтқа тән мәдени және танымдық ерекшеліктерді жалпылау арқылы тіл шындыққа үстемдік етеді. Яғни, тіл шындықты қабылдау және жеткізу тәсілі ретінде белгілі бір тілдік қоғамдастықтың мүшелерін тек лингвистикалық емес, сонымен бірге мәдени және танымдық тұрғыда жақындастырады [97, б. 134].

Зерттеушілер әлем бейнесінің «әлемнің ғылыми бейнесі», «әлемнің ұлттық бейнесі», «әлемнің индивидуалды бейнесі» (жеке адамның сөйлеу тілінде көрінеді), «әлемнің көркем поэтикалық бейнесі» сияқты бірнеше түрін анықтайды.

«Әлемнің тілдік бейнесі әлем туралы білімдердің құрылымы болып саналады. Деривациялық үдерістерді когнитивтік бағыт-бағдарлау тұрғысынан зерттеу тек қана жеке бір тілдің әлемді «бейнелеу» ерекшелігін айқындауға, сонымен қатар типологиялық аспектіде бұл мәліметтерді жинақтап қорытындылап, басты болмыстық категориялардың, дүниетаным өзгешелігінің, әлем құрылысының заңдылықтарының адам түсінігіндегі бірнеше жалпы ұстанымдарын айқындауға мүмкіндік береді» [98, б. 59] - деп пайымдайды.

Соңғы жылдары отандық лингвистикада әлемнің тілдік бейнесі мәселесі өзекті тақырыпқа айналды. Әлемнің тілдік бейнесі деп тілдік таңбалар мен олардың мағыналары арқылы көрінетін шындық болмыс туралы түсініктер мен ақиқат болмыстағы заттар мен құбылыстардың тіл арқылы бейнеленуін айтамыз. Әлемнің тілдік бейнесін белгілі бір ұлттың қарапайым тілдік санасында қалыптасқан объективтік дүниенің тілдік көрінісі деп түсінуге болады.

Зерттеуші ғалымдар әлемнің тілдік бейнесіне мынадай анықтама береді: «...физикалық, шындық болмыстың поэтикалық баламасы. Ол суретші санасы

арқылы жасалған, оның рухани белсенділігінің нәтижесі. Әлемнің поэтикалық бейнесінің өзгешелігі тек тілдік формалар арқылы айқындалып қоймайды, ол суретшінің танып игеру талғамына байланысты» [99, б.130].

Ғалымдар әлемнің тілдік бейнесінің берілу тәсілдеріне байланысты түрлерін әлемнің метафоралық және метафоралық емес бейнелері деген терминдермен атайды. Әлемнің метафоралық бейнесі деп метафора арқылы концептілердің объективтенуін, яғни метафора тәсілінің концептуалданудың жетекші тәсілі ретінде қолданылуын айтамыз. Әлемнің тілдік бейнелерінің мағыналары әртүрлі болғанымен олардың барлығы өзара бір-бірімен тығыз байланысты болады. Олардың қатарына әлемнің ақпараттық бейнесі терминін де қосуға болады. Әлемнің ақпараттық бейнесі әсіресе медиамәтіндерде көрінеді. Әлемнің ақпараттық бейнесі БАҚ мәтіндерінде көрінетін әлем бейнесінің бір үзігі болып табылады.

Медиамәтіндерді когнитивті бағытта зерттеудегі маңызды мәселелердің бірі – әлемнің тілдік бейнесін, оның ішінде әлемнің ақпараттық бейнесінің көрінісін айқындау болып табылады.

Әлемнің тілдік бейнесін зерттеуге Э. Сепир, В.фон Гумбольдтің халық рухын тілмен байланысты деп қараған пікірлері негіз болып, Н.И. Толстой, А. Вежбицкая, Т.В. Цивьян, Г.В. Колшанский, В.Н. Телия, т.б. сияқты ресейлік ғалымдардың зерттеулерінде жалғасын тапты.

XXI ғасырдың басында отандық тіл білімінде когнитивтік лингвистика, лингвомәдениеттану, лингвоконцептология сияқты ғылыми бағыттардың дамуымен байланысты әлемнің тілдік бейнесі ұғымы да зерттеле бастады. Қазақ тіл білімінде әлемнің тілдік бейнесін зерттеуші ғалымдар өз еңбектерінде әлемнің тілдік бейнесі, әлемнің концептуалды бейнесі, дүниенің қарапайым бейнесі, концепт сияқты терминдерді кеңінен қолданып, өз зерттеулерінде В. фон Гумбольдт, Ф. Баос, Ф. Соссюр, Б.Л. Уорф, Э. Сепир, В. Штейнталь, Л. Вайсбергер, т.б. ғалымдардың зерттеулеріндегі ғылыми тұжырымдарын басшылыққа алды.

Э. Оразалиева, Ш.К. Жарқынбекова, А. Ислам, Г.Н. Смағұлова, Р. Авакова, Г. Сағидолда, Б. Тлеубердиев, т.б. ғалымдар қазақтың ұлттық санасындағы әлем бейнесін тілдік бірліктер астарындағы аялық білім арқылы зерделеп, лингвокогнитивтік, лингвомәдениеттанымдық, лингвоконцептологиялық, этнолингвистикалық аспектілерде зерттеді.

Ғалым Г. Сағидолданың пікірінше, әлемнің тілдік бейнесі ұқсас құбылыстарды қабылдаудағы, бейнелі танудағы, образды ойлаудағы әр ұлттың өзіне тән ерекшеліктері болып табылады [100, б. 37].

Б. Тлеубердиев қазақ ономастикасын лингвоконцептологиялық аспектіде зерттеген ғылыми еңбегінде әлем бейнесі ұғымына тоқталып, әлем бейнесінің әр ұлтта әр түрлі болуын этностың өмірлік тәжірибесімен, білімімен байланыстырады.

Ғалымның тұжырымы бойынша: «Әлем бейнесі – өте күрделі, үнемі қозғалыста болатын, тұрақсыз ауыспалы процесс. Онда адамдардың бір-бірімен

тіл табысуын, ортақ шешімге келуін қамтамасыз ететін жалпы халықтық сипат та болады. Әлем бейнесі когнитивтік модельде айқындалады, сондай-ақ, ол ұжымдық санамен, көзқараспен, ұжымдық философиямен байланысты болады. Әлемнің тілдік бейнесі негізінен адамдар санасындағы әлемнің логикалық бейнесімен сәйкес келеді. Ал дүниенің кез келген ұлттық, тілдік бейнесінің әмбебаптығының өзіндік ерекшелігін айқындайтын метафора, теңеу және концепт болып табылады» [101, б. 14].

Бірқатар зерттеушілер өз еңбектерінде (Г.А. Брутян, Р.И. Павиленис, Ю.Н. Караулов) «әлем бейнесін» «әлем моделі» деген терминмен атап, әлемнің концептуалды моделі және әлемнің тілдік моделі деген екі түрін көрсетеді [102, б. 109].

Қазақ ұлтының танымындағы әлем бейнесі К. Күркебаевтың пікірінше, ұлттың этнотанымдық табиғатымен тығыз байланысты. Ғалым бұл туралы: «Таңның атысы мен күннің батысын, тәуліктің уақытты сағатпен, салмақты таразымен, қашықтық пен ұзындықты километр мен метр сияқты нақты өлшемдік құралдарымен өлшемесе де, соның бәрінің өлшемін өзінің күнделікті тұрмыс тіршілігіндегі өмірлік тәжірибесінен таба білген. Әлем бейнесіндегі уақыт пен кеңістіктің бір-бірімен тығыз байланыста тұратын ажырамас біртұтас құбылыс екенін де болжай алған» [103, б. 14] – деген тұжырым жасайды.

Әлем шексіз болғандықтан оны тану да күрделі процесс. Адамзат өзі түсінбеген сыры мол жұмбақ құбылыстарды ойлану арқылы тануға ұмтылады. Адам айнала қоршаған ортадағы заттар мен құбылыстарды сезім мүшелері арқылы қабылдайды, ой елегінен өткізіп, сарапқа салады, сол арқылы адамның санасында әлем туралы образдардың жүйесі жасалады. Бұл ақпаратты сарапқа салып, тіл арқылы жеткізеді, яғни ойлау процесі ақиқат құбылыс пен тіл арасында дәнекерлік қызмет атқарады. Әлем бейнесін зерттеушілердің кейбірі оны әлемнің тілдік бейнесі және әлемнің ғылыми бейнесі деген екі топқа бөліп қарастыруды ұсынады. Бұлай бөлудің себебі, олар әлемнің тілдік бейнесі адам баласының қоршаған дүние туралы өмірлік тәжірибесі арқылы жинақтаған білімі мен өзіндік көзқарасын қамтыса, әлемнің ғылыми бейнесі жеке адамның ойлауына, көзқарасына тәуелсіз өмірдің шынайы бейнесі деп таниды. Әлемнің ғылыми бейнесі ғылыми танымдық ұстанымдар негізінде арнайы терминдер арқылы ғылыми тілмен беріледі. Оны тілдік ұжымның ғылыми санасының нәтижесі деп тануға болады.

Соңғы жылдары тіл білімінде әлемнің тілдік бейнесін зерттеуге деген қызығушылықтың артуы белгілі ғалым В. фон Гумбольд тұжырымдарынан бастау алды. В. фон Гумбольдт идеялары және оның бүгінгі лингвистика ғылымындағы дамуы медиамәтіндердегі әлемнің тілдік бейнесін зерттеу үшін де маңызды. Әлемнің тілдік бейнесі сияқты әлемнің ақпараттық бейнесі де дүниетанымның ұлттық мәдени ерекшеліктерін және құндылық қатынастар жүйесін бейнелейді. Медиамәтіндерде әлемнің тілдік бейнесі мен әлемнің ақпараттық бейнесінің үйлесімділігі аңғарылады. Әлемнің ақпараттық бейнесін беруде концептілер маңызды қызмет атқарады. Бұл әлемдік ақпараттық

кеңістікті ұйымдастырудың тілдік және мәдени ерекшеліктерінен көрінеді. Әлемнің ақпараттық бейнесінің мәдени ерекшелігі көптеген факторларға, соның ішінде берілген тілдегі мәдениеттің белгілі бір түрінің басым болуына байланысты.

2 БАЛАЛАРҒА АРНАЛҒАН МЕДИАМӘТІНДЕРДІҢ ТІЛДІК ЖӘНЕ КОНЦЕПТУАЛДЫҚ КЕҢІСТІГІ

2.1 Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінің лингвистикалық сипаты

Бұқаралық ақпарат құралдары тыңдаушыларды жаңалықтармен қамтамасыз етуді, ақпарат тасымалдауды жүзеге асырады және халыққа этикалық-эстетикалық тәрбие беруді мақсат етеді. Бұл қызмет түрлерін теледидар, радио және газет-журналдар атқарады. Жалпы, теледидар қоғам өміріне газет пен радиодан кейін келсе де, солармен қатар тұрған, бұқаралық ақпарат құралдарына тән ерекшеліктердің бәрін өз бойын жинақтаған, синтезделген өнер түрі. Теледидарды ХХІ ғасырдағы адамзат өмірін рухани тұрғыдан қамтамасыз ететін құрал деуге болады. Теледидар арқылы берілетін ақпараттар бүгінгі қоғамдағы әрбір адамға қолжетімді, сондай-ақ елдің тілін, қоғамда жүргізіліп отырған саясатты, идеологияны таратуда теледидардың маңызы ерекше.

ХХІ ғасыр кеңістігіндегі медиамәтіндер – балалардың білім көкжиегін кеңейтіп, дүниетанымын қалыптастыратын, сөз байлығын арттыратын, тәрбие беретін құралдардың бірі. Қазіргі уақытта мектеп оқушыларының көркем шығарма оқудан гөрі теледидар мен интернеттегі түрлі ақпараттарға көбірек қызығатыны белгілі. Мұның себебі, радио немесе баспасөз құралдарына қарағанда теледидар ақпаратты мейлінше толық, жылдам, нақты және қызықты етіп бере алады.

Басқа да медиамәтіндер сияқты балаларға арналған телебағдарламалар мәтіндері өзіне тән бірқатар сипаттарға ие. Балаларға арналған телебағдарламалардың басты сипаттарын төмендегі суреттен көруге болады:



Сурет 3 – Балаларға арналған медиамәтіндердің басты сипаттары

1. Медиалық сипаты. Медиалық ерекшелігі оның мәтін табиғатына (вербалды/вербалды емес, семиотикалық гетерогенді, ауызша/жазбаша, дистант/жеке бетпе-бет, актуалданған немесе жасырын) қалыптасуына, құрылымына, көрсетілуіне және қабылдауына әсер ететін фактор болып табылатындығында.

Телебағдарламалардың қай-қайсысы болмасын белгілі бір ақпаратты жеткізуді мақсат етеді. Балаларға арналған бағдарламалар танымдық, тәрбиелік, ағартушылық ақпарат беру арқылы балалардың білім қорын арттыруға ықпал етеді.

-Тасбақа, сенің жасың қаншада?

- Мен 100 демін.

- 100 де?

- Иә, тасбақалар 150 жыл өмір сүреді.

- 150 жасаңыз, Бақош ата. Айтпақшы, сіз қандай тамақты жақсы көресіз?

- Онда тыңда, тасбақалар туралы бәрін айтып берейін. Тасбақалар негізінен шөппен қоректенеді, олар гүлдер мен өсімдіктердің түр-түрін жейді. Сонымен қатар, олар суды да көп ішеді. Тасбақалар ұзақ өмір сүреді. Сауытының үстіңгі бөлігі – қалқанша, ал асты құрсақ қалқаншасы деп аталады. Көру және иіс сезу қабілеті өте жақсы дамыған. Түсіндің бе, Аека? («Эфирде Аека» бағдарламасы. 2023 жыл)

Бұл бағдарламаның ерекшелігі, жай ғана диалогқа құрылған сұқбат түрінде берілгенмен, балалардың қызығушылығын тудыратын танымдық ақпараттардың берілуінде. Бағдарлама кейіпкері Аека асыранды тасбақасымен әңгімелесе отырып, тасбақалардың қанша жыл өмір сүретінін, немен қоректенетінін, дене құрылысын, сезім мүшелерін т.б. танымдық ақпараттар береді, әртүрлі тақырыпта қызықты мәліметтерді жеткізеді. Осыған ұқсас мысалдарды «Үйрен де жирен» бағдарламасынан көптеп келтіруге болады. Мысалы, бағдарламаның кезекті бір санында балаларға ет табақ жасауды үйрету мақсат етіледі.

Ет табақ туралы бөлімде балалар ет табақтың түрлері мен жасалу жолдарын ғана емес, халқымыздың қонаққа «табақ тарту» дәстүрімен толық танысады. Қонақжай халқымыз әр қонаққа өзінің сыбағасын берудің түрлі заңдылықтары мен ережелерін қалыптастырған. Соның негізінде «табақ тарту» дәстүрі жасалған. Бүгінде кейбір жастарымыз біле бермейтін табақ тартудың қыр-сыры «Үйрен мен жиренде» бала түсінігіне сай етіп беріледі:

- Амантай аға, біз сізден ет табақ жасауды үйренуге келдік.

- Ой бәрекелді, балалар ыдысына қарап асын іш деген, анасына қарап қызын ал деген. Сондықтан мына құт-береке, несібе осы қазан-ошақ, ыдыстардан басталады. Онда көп созбай іске көшейік.

Осы үзіндідегі шебердің **құт-береке, несібе осы қазан-ошақ, ыдыстардан басталады** деген сөзінен қазақ танымындағы ошақтың, ыдыс - аяқтың маңызы аңғарылады. Ұлт танымындағы қара қазан, ошақты қадірлеу осы

түсінікпен тығыз байланысты. Қазақ халқы қашан да қазан-ошақты қадірлеген. Халқымызда «Ошаққа су құйма, жаман болады», «Ошақты теппе» деген ырым тыйымдар бар. Қазан-ошақ ұғымы қазақ халқында отбасы ұғымымен тонның ішуі бауындай етене, егіз қолданылатын ұғым. Сондықтан халық отбасын қалай қастерлесе, қазан ошақты да солай кие тұтқан. «Ошағыңның оты сөнбесін» деген тілек те осыны аңғартады. Ошақ сөзі кейде ауыспалы мағынада отбасы сөзінің орнына жұмсалады.

Қазан-ошақты халқымыз тіршіліктің көзі, үйдің берекесі санаған. Қандай қиын қыстау күнде де аталарымыз қара қазанын ескі жұртқа тастамаған. Қазанды ешқашан біреуге сыйламаған. «Қазан кетсе, ырыс кетеді» деген ырым болған. Ет табақтың да ұлттық ыдыс ретінде халық өмірінде, салт дәстүрінде өзіндік орны бар. Бағдарламаға осындай танымдық мәні бар тақырыптар таңдалып алынған.

- *Амантай аға, сіз осы ет табақтарды қандай ағаштан жасайсыз?*

- *Бұл заттарды көбінесе аққайың, емен, терек ағаштарынан пайдаланып жасаймыз. Бірақ көбінесе қарағашпен де қолданамыз. Бүгін жұмысымыз қарағашпен болады...*

...- *Балалар, өздерің ет табақ туралы не білесіңдер? Соны айтып берсеңдер.*

- *Ет табақ – ата-бабамыздың ерте кезден қолданып келе жатқан ас салатын ыдысы.*

- *Ол ағаштан жасалады.*

- *Әрине, дұрыс айтасыңдар. Сендер қазағымыздың табақ тарту дәстүрін білесіңдер ме?*

- *Табақ тарту?*

- *Достар табақ тартудың өз ережелері мен тәртібі бар. Бірінші ас табақ тартылады. Ол қадірлі, сыйлы қонақтарға беріледі. Одан кейін орта табақ тарту. Оны жасы кішілеу қонақтарға ұсынады. Ең соңында аяқ табақ тартылады («Үйрен де жирен»).*

Бағдарламада қазақтың ұлттық ыдысының бірі – ет табақты жасауды үйрете отырып, қазақ халқының табақ тарту дәстүрі туралы танымдық ақпарат беріледі. Ет табақтың түрлері, олардың салт-дәстүрге байланысты қолданылуы туралы таратып айтылады.

Осы сияқты мысалдарды «Bilimland» және «XXI ғасырдың көшбасшысы» интеллектуалдық бағдарламаларынан да келтіруге болады.

«XXI ғасыр көшбасшысы» атты интеллектуалдық сайыста балалардың білім қорын арттыратын сұрақтардың жауаптары беріледі. Сайысты көре отырып, олар әр түрлі ғылым саласына қатысты ақпараттарды біле алады:

1. *Тілдің сөздік құрамы зерттелетін тіл туралы ғылым бөлімі? (лексика).*

2. *Тіл біліміндегі «лексика» дегеніміз не? (лексика-бұл белгілі бір тілде білетін немесе қолданатын барлық сөздердің жалпы сөздік қоры немесе жиынтығы).*

3. *Есімдіктің анықтамасын беріңіз (заттарды, белгілерді, сандарды көрсететін, бірақ оларды атамайтын сөйлеу бөлігі).*

4. *Метафора дегеніміз не? (Метафора-бұл сөз немесе сөз тіркесі ассоциациялар немесе ұқсастықтар жасау үшін әдеттен тыс немесе бейнелі мағынада қолданылатын риторикалық өрнек).*

5. *Ежелгі әлемде аңыздар қалыптасқан массагет патшайымы қалай аталды? (Томирис)*

6. *Шет тілінде сөйлесуге арналған қарапайым нұсқаулық. (Тілашар)*

7. *Наурыз көжеге кіретін компоненттердің санын атаңыз? (7)*

8. *Қазақ ғалымдарының қайсысы Омбы кадет корпусында оқыды? (Ш. Уәлиханов)*

9. *Қазақ ақындарының қайсысы «қара сөз» жазды? (Абай)*

10. *«Ленинградтық өрендер!» шығармасының авторы кім? (Жамбыл). («XXI ғасырдың көшбасшысы»)*

Жоғарыдағы мысалдардан байқағанымыздай, балаларға арналған танымдық интеллектуалдық бағдарламалар әр түрлі ғылым салаларына қатысты тақырыптарды қамти отырып, көрермендердің интеллектуалдық деңгейін жоғарылатуға, ойлау, сөйлеу қабілеттерін арттыруға қызмет етеді.

2. Мультимодальділік. Балаларға арналған медиамәтіндердің келесі сипаты – мультимодальділік. Мультимодальділік – ақпарат берудің тілдік және бейвербалды амалдарын (мультфильмдер, фотосуреттер, шрифт, түс) қолдану, олар медиадискурс аясында белгілі бір ақпараттық-коммуникациялық қызметті орындайды.

Балаларға арналған телебағдарламаларда бейвербалды компонент вербалды компонентке бағынады және көмекші декоративті рөл, яғни бейнелеу қызметін атқарады.

Мультимодальділік сипаты балаларға арналған әдеби шығармалар немесе газет журналдарға қарағанда, медиамәтіндердің балаларға әсер ету мүмкіндігінің жоғары болуына ықпал етеді. Себебі, теледидар мәтіндерінде тілдік құралдармен қатар дыбыс және қозғалатын сурет көмегімен ақпаратты қабылдаушыға барынша әсерлі етіп жеткізуге болады.

Медиамәтінде түрлі түсті дизайнды, фотосуреттерді, мультфильмдер мен сызбаларды вербалды компонентпен үйлестіре пайдалану коммуникация әсерін бірнеше есе арттырады.

«Мультимодальділікпен ойнау коммуникация процесіне хабарды қабылдаудың әр түрлі арналарын – есту және көруді қосуға және адамның ақыл-ойына ғана емес, оның сұлулық сезіміне де әсер етуге, сонымен қатар оның сұлулығына әсер етуге мүмкіндік береді» [104, бб. 75-76].

3. Аксиологиялық. Балаларға арналған телебағдарламалар мәтіндерінің аксиологиялық сипаты да маңызды рөл атқарады. Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінде кездесетін лингвоаксиологемалар медиамәтіндердің жасөспірімдердің санасында дүниенің тілдік бейнесіне сәйкес құндылықтарды жаңғырту, модельдеу, түзету және құру қабілетін

көрсетеді.

Қоғамдағы құндылықтардың басымдығы өзгеруіне сәйкес «объектінің құндылық көрсеткіштері де өзгеріп отырады, бағалау қызметі де өзгеріп, нәтижесінде құндылықтар құрылымы жаңартылады.

Балаларға арналған телебағдарламалардың жас жеткіншектердің құндылық бағдарларын қалыптастыруға, жалпыадамзаттық және ұлттық құндылықтарды олардың санасына сіңіруге ықпалы зор.

Мысалы: ұлттық тіл, салт дәстүр, ұлттық мәдениет туралы тақырыптарға арналған телебағдарламаларда лингвоаксиологемалар арқылы тәрбиелік, құндылық бағдарлау мақсаттары жүзеге асады.

«Ұлттық тіл», «ұлттық мәдениет», «салт-дәстүр», «ұлт тарихы», сондай-ақ, ар-ұждан, адамгершілік, адалдық, достық т.б. жалпыадамзаттық лингвоаксиологемаларға «Үйрен де жирен», «Шеберхана», «Айжұлдыз, «Кел, ойнайық!» т.б.бағдарламалардан мысалдар келтіруге болады.

Мысалы: *адамгершілік, адалдық, сүйіспеншілік, ұлттық салт-дәстүр, ұлттық тіл, ұлттық мәдениет т.б.*

5. Прагматикалық. Балаларға арналған медиамәтіндердің прагматикалық сипаты да маңызды. Прагматизм ақпараттандыру процесінде тікелей немесе жанама үгіт-насихат арқылы мәтіннің әсер ету күшінің жоғары деңгейін көрсетеді.

6. Экспрессивтілік медиамәтіннің адресатқа әсер ету, ақпарат бөліктеріне екпін түсіру және оның санасында әртүрлі сипаттағы бейнелерді ояту қабілетінде көрінеді. Балаларға арналған медиамәтіндер тілі тұтастай алғанда эмоционалдық сипаты бар сан алуан стилистикалық құралдар мен лексикалық бірліктер арқылы ерекшеленеді.

Эмоционалды экспрессивтілік сезімді (эмоцияны) білдіретін сөздердің қолданылуы нәтижесінде қалыптасады.

Қарқынды экспрессивтілік мәтінге қайталауларды, леп белгілерін, сандық мағыналы сөздерді және қарқындылық белгілері бар сөздерді енгізу арқылы жүзеге асады.

Алақай, алақай!

Жарайсыңдар! («Әли мен Айя»)

Бейнелі экспрессивтілік мәтінде мәдени, идеологиялық және басқа да ассоциативті бейнелерді қолдану нәтижесінде дамиды.

Құдай бере салған, тәп-тәтті жандарым менің! («Эфирде, Аека»)

Бағалаушы экспрессивтілік автордың белгілі бір объектіге, фактіге, құбылысқа қатынасын тілдің бағалау құралдарының көмегімен экспликациялау нәтижесінде пайда болады.

Мен де, мен де сізге көмектесемін зой, әже

Әрине, әрине, алтыным! («Әли мен Айя»)

БАҚ мәтінінің субъективтілігі мәтін авторының тұлғасын өзектілендіру, тұлғалы принципті күшейту, бағалаушылық, эмоционалдылық және т.б. арқылы көрінеді. «Даралау параметін элементтерінде – фотосуреттерде,

автордың қолтаңбасында, жеке автордың субъекті позициясындағы (I-автор) бағалау мәлімдемелері түрінде жүзеге асырылады». [105, б. 23].

7. Фасцинация (тартымдылық) қызметі. Медиамәтіннің фасцинация қызметіне тыңдарманын өзіне тарту күші, баурап алу қасиеті тән.

«Фасцинация – (лат. Fascino – сиқырлау, өзіне тарту, баурап алу деген сөз) баурап алу берілген ақпаратты қабылдауда реципиенттің қызығушылығын арттыру арқылы оған әсер етуді білдіреді. Баурап алудың мақсаты – ақпаратты берудің «сөйлеу экспозициясының әсерін күшейтуге ерекше ықпал ететін әртүрлі әдістерін қолдана отырып, хабарламаны алушының санасына белгілі бір идеяны енгізу» [106, б. 165].

Белгілі бір ақпаратты ұсына отырып, адам психикасының терең эмоционалдық қабаттарына әсер етеді. Фасцинация технологияларына мыналар жатады:

- 1) реципиентті өзіне тартатын ақпараттарды қолдану механизмдері;
- 2) түпсанада сақталған ақпарат негізінде жүзеге асырылатын қорқынышты драматизациялау;
- 3) аудиторияның жасырын қалауына жүгіну.

Балаларға арналған медиамәтіндердің басты сипатының бірі фасцинация сипаты. Себебі, балаға бағдарлама қызықты болмаса, олардың тез жалығып кететіні және өзін қызықтырмайтын бағдарламаны қарамайтыны белгілі. Сондықтан, медиамәтіннің бұл сипаты балаларға арналған ойын-сауық бағдарламалар, спорттық шоу бағдарламалар мен мультфильмдер, ертегілер т.б. маңызды қызмет атқарады.

Фасцинация әдісі екі түрлі формада (вербалды және бейвербалды) жүзеге асады. Вербалды түріне «Қуыр-қуыр-қуырмаш» сияқты бағдарламалардың әзіл қалжыңға, күлкіге құрылған мәтіндерін жатқызуға болады.

- *Олжас, қалайсың, не істеп отырсың?*
- *Қалай түсіндіруге болады, мына үйге берген тапсырманы орындай алмай отырмын. Таза ауада отырсам, басымдағы миым жақсы істей ме деп отырғаным зой.*
- *Әрине, баста ми болса, кез келген жерде істейді зой.*
- *Міне, қарап көрші.*
- *Не есеп ол?*
- *8 ді 2-ге бөлу керек.*
- *Қой, оп-оңай зой, міне қара, менің ойымша, бұл есептің екі жауабы бар, қара.*
- *Қалай сонда?*
- *Кәдімгідей, міне қарашы. 8-ді тігінен бөлсең 3 шығады, ал көлденеңінен бөлсең, 0 шығады.*
- *Сенен бірдеңе сұрайыншы. Сендер әлі бөлуді өткен жоқсыңдар зой, иә?*
- *Иә, әлі өтпедік.*
- *Бәсе, әкел онда, өзім шығарамын («Қуыр-қуыр-қуырмаш» бағдарламасы 2017 жыл)*

Осы тәріздес жеңіл әзілге құрылған бағдарламалар балаларды өзіне баурап алады. Ертегілер, мультфильмдер қызықты, күлдіргі оқиғалармен қатар қорқынышты сюжетке құрылуы мүмкін. Оларда қорқынышты, үрей туғызатын кейіпкерлердің (мыстан кемпір, дию, жалғыз көзді дәу, айдаһар т.б.) болуы да балаларды өзіне тартудың бір тәсілі, яғни фасцинация сипатына жатады.

3-7 жастағы балаларға арналған «Әжемнің ертегісі» бағдарламасынан алынған тағы бір медиамәтінді мысалға келтірсек:

Жүргізуші: Амансыңдар ма, балалар? Бүгін мен сендерге бір қорқынышты ертегі айтып берейін.

Мынау не? (Сабынды көрсетеді)

Балалар: Бұл сабын

Жүргізуші: Бұл қорқынышты ма?

Балалар: Жоқ.

Жүргізуші: Ендеше біздің бүгінгі кейіпкеріміз сабыннан қорқады екен.

Балалар: Неге?

Жүргізуші: Себебі, ол жуынғанды ұнатпайды. Оның аты - Қожса. Үнемі кір қожсалақ болып жүретіндіктен Қожсалақ атанып кеткен. Ұйықтап жатқанда анасы беті-қолын сабынмен жуып, жуындырып кетеді екен. Бір күні анасы ұзақ сапарға кетеді. Қожсалақ болса жуынбай жүре береді. Бір күн өтеді, екі күн өтеді. Қожсалақ әбден кірлейді. Анасы болса ұзақ сапарда жүр. Әбден кірлеген Қожсалақтың денесінен сасық иіс шыға бастайды. Бір күні түнде Қожсалақтың жағымсыз иісін сезіп, мыстан кемпір келеді. Ол терезеден сығалап: «Бұл үйде жуынбайтын кір-қожсалақ бала бар ма?», - дейді.

Қожсалақ болса, қатты қорқып, көрпемен басын бүркеп алып: «Мен Қожсалақ емеспін! Мен Қожсалақ емеспін. Бұл менің түсім дей береді».

Алайда бұл түс емес еді. Мыстан кемпір шынымен келіп тұрған еді. Ол терезеден кіріп:

«Мен кір-қожсалақ балаларды жақсы көремін. Сондықтан сені өзіммен алып кетемін»- деп, Қожсалақты көтеріп алып ұша жөнеледі.

Көп таулардан, асулардан өтіп, оны өз үйіне әкеледі. Үйіне әкеліп оған күнде кәмпит береді. Қожсалақ кәмпиттерді жуынбастан жеген соң, одан сайын кірлеп, қап-қара бола түседі. Төрт-бес күннен кейін мыстан кемпір оны бір бөлмеге кіргізіп, оған құрт-құмырсқаларын жібереді. Құрт-құмырсқалар жыбырлап келіп, Қожсалақты жан-жақтан қаумалап, бірі ызыңдап, бірі шаға бастайды.

Қожсалақ қатты айғайлап, қорқып, ақырында бөлмеден шығып қаша жөнеледі. Мыстан кемпір мен құрт-құмырсқалары оны қуа жөнеледі. Мыстан енді жетіп, Қожсалақты ұстай бергенде, ол бір өзенге келіп күмп етіп түсіп кетеді. Мыстан Қожсалақты ұстай алмай қалады. Суға бір батып, бір шығып жүрген Қожсалақ судан әбден тазарып, тап-таза болып шығады. Оны көрген мыстан мен құрт-құмырсқалар мұндай бала бізге керек емес деп кері қайтыпты.

Сөйтсе, мыстан кемпір кір-қожалақ балаларды ұрлап әкетіп, үйіндегі құрт-құмырсқаларға береді екен. Олар кір-қожалақ балаларды жегенді ұнатады екен. Ендеше, балалар, үстімізді кірлетпей, әр уақытта таза жүрейік. Әйтпесе, мыстан кемпір ұрлап кетеді. Осымен ертегіміз аяқталды. Қош сау болыңдар! («Әжемнің ертегісі» бағдарламасы. 9- бөлім)

Фасцинация әдісінің бейвербалды түріне балаларға арналған медиамәтіндерде орын алатын тыңдарманын (көрерменін) өзіне баурап алу мақсатында бейвербалды құралдарды (түрлі қимылдар, қызылды-жасылды анимациялық суреттер) пайдалануы жатады. Бұл, әсіресе, кіші жастағы балаларға арналған мультфильмдерде, ертегілерде мол орын алады.

Бұған мысал ретінде, «Алтын сақа» бағдарламасындағы «Жалмауыз кемпір» кейіпкерін айтуға болады.

8. Интерактивтілік. Медиамәтіндер көбінесе диалогқа құрылатындықтан интерактивті сипаты басым. Интерактивтілік бұл медиамәтінді құру процесіне автордың (адресаттың) ғана емес, сонымен қатар, адресанттың да қатысуын білдіреді. Бұқаралық ақпарат құралдарының коммуникациясының тұрақты негізі оның қатысушыларының қарым-қатынасы болып табылады: адресат – ақпаратты беретін медиамәтіннің авторы, адресант – ақпаратты қабылдаушы, сондай-ақ, бұқаралық ақпарат құралдарының ықпал ету субъектісі (мақсатты адресат).

Телемәтіндердің лингвистикалық, лексика-грамматикалық ерекшеліктері Д. Бисмилдинаның кандидаттық диссертациясында [6] қарастырылған болатын. Алайда, ғалым жалпы телемәтіндер тіліне тән лингвистикалық ерекшеліктерді талдайды. Біз өз зерттеуімізде балаларға арналған телебағдарламалар тілінің өзіндік ерекшеліктерін айқындауға тырыстық.

Балаларға арналған медиамәтіндердің тілдік ерекшеліктерін зерттеуде төмендегідей лингвистикалық ерекшеліктері анықталды:

1. Көнерген сөздердің қолданылуы. Балаларға арналған танымдық медиамәтіндерде ұлттық салт-дәстүрге, зат атауларына қатысты көнерген сөздер кездеседі, оларға түсініктеме беріледі.

- *Ағаш бұйымдарының барлықтарында жақсы қасиеттер бар, ішінде салынған тамақтар өзінің дәмін сақтайды. Сондықтан, ағаштан ас тамақтар, тостағандар, кеспектер жасаған. Ожауды да жасап отырған.*

- *Аға, кеспек деген не?*

- *Кеспек деген еменнен ойылып жасалады да, сырты темірмен қапталады. Ол іркіт, шұбат құйғанға арналып жасалған ожау.*

Дина:

- *О, көнерген сөз зой. Сөздік қоржыным тағы бір сөзбен толықты. Достар, сендер де жаттап алыңдар («Үйрен де жирен» бағдарламасы).*

Бұл мәтінде кездесетін көнерген сөз - *кеспек*. Кеспектің не екенін біреу білсе, біреу біле бермейді. Кеспек дегеніміз іркіт, шұбат құйғанға арналып жасалған ожау. Ол еменнен ойылып жасалады да, сырты темірмен қапталады. Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде:

Кеспек – 1. Сұйық зат құйып сақтайтын ағаш ыдыс, бөшке. 2. Жуандау келген қысқа келдек [107, б. 391].

Мәтінде *мес, сүйретпе* деген көнерген атаулар кездеседі.

Мес – ешкінің бітеу терісінен қымыз, айран құю үшін жасалған ыдыс [107, б. 593]7

Сүйретпе – ірі малдың бас терісінен немесе мойын терісінен жасалған қымыз құятын ыдыс, үлкен торсық [107, б. 790]

Медиамәтіндерде осындай көнерген сөздерге түсініктеме беру жиі кездеседі.

«Үйрен де жирен» бағдарламасынан бір мысал келтірсек:

- *Ендеше іске кірісейік, достар! Балалар, бізге сәндік белдік жасау үшін фетр, сәндеуге арналған баулар, сегіз санының қима үлгісі, қайшы, қарандаш қажет.*

- *Арнамызға жаңадан қосылған жандарға айта кетейік. Біз бүгін сәнді белдік жасауды үйренеміз.*

- *Жауынгерлік белдіктің 2 түрі бар: қылыш белдік және кісе белдік. Белдіктің бірінші түріне қылыш, қанжар салатын былғары қын немесе садаққа арналған қорамсақ ілінген. Белдіктің бетіне зерлі өрнек түсіріліп, мыс немесе күміспен қапталған. Ер адамның әр түрлі қажетті жабдықтарды, заттарды іліп алып жүруге арналған белдігін **кісе белдік** деп атаған. Ол қазақ белдіктерінің ең көне түрі. Көбіне оны жауынгерлер таққан. Одан басқа **сақиналы белдік** деген түрі де болған («Үйрен де жирен» бағдарламасы, 2020 жыл)*

Мәтінде *кісе белдік, қамшы белдік, сақиналы белдік* деген бүгінде көп қолданылмайтын белдік атауларына түсініктеме беріледі.

Түсіндірме сөздікте:

Кісе – күміспен, жезбен әшекейлеп істеген, пышақ қыны, шақпақ салатын қалташалары бар қайыс белбеу [107, б.440].

Белдік – 1. Былғарыдан жасалған белбеу. 2. Арба, шана тертесін көтеріаап, ершіктің үстінен тарта байлайтын қайыс бау. 3. Арбаның екі дөңгелегін қосып тұратын балағашы [107, б. 125].

2. Балаларға арналған телемәтіндер тіліне тән екінші ерекшелік – мақал-мәтел, тұрақты тіркес, жұмбақ, жаңылтпаштардың жиі қолданылуы.

Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде: «Мақал – үлгі-өнеге ретінде айтылатын жалпы халықтық нақыл сөз. Мақал деп қысқа образды, ұйқасты, тұжырымды нақыл сөздердің тізбегін айтамыз» [107] деген анықтама берілген.

«Ғасырлар бойы ұрпаққа ауыздан-ауызға тарап, мәнін жоймай сақталған мақал-мәтелдерден қазақ халқының тұмыс-тіршілігін, дүниеге деген көзқарасын, арман-мүддесіне дейін байқауға болады. Мағынасы терең, ойды дәл берген мақалды кез келген дау-жанжалда, халық өміріне қатысты қажетті шешім қабылдағанда орнымен қолданудың маңызы зор болған. Ал, ондай

кезде, «Аталы сөзге арсыз жауап береді» деп, қандай жағдайда болмасын орнымен айтылған жүйелі сөзге тоқтаған» [108].

Мысалы: «Болам деген баланың бетін қақпа, белін бу» («Үйрен де жирен»), «Жақсыдан үйреніп, жаманнан жиренейік» («Үйрен де жирен»), «Еріншектің ертеңі бітпейді», «Үмітсіз – сайтан» («Әжемнің ертегісі»), «Той десе қу бас домалайды» («Әжемнің ертегісі») т.б.

Мұндағы мақал - мәтелдер көбінесе тәрбиелік сипатта болып, балаларды еңбекқорлыққа, адалдыққа, адамгершілікке тәрбиелеу мақсатында жұмсалады.

«Қазақ балалар фольклоры – қазақ тіліндегі балалар ауыз әдебиеті, балаларға арналған халық шығармалары. Балалар фольклорының пайда болуы мен дамуы қазақ қоғамының тарихи дамуына байланысты ғасырлар бойы жинақталған тәжірибе мен даналықты бойына сіңірген. Балалар фольклоры көркемдік байлығымен, мәнерлілігімен, тақырыптық арнасының кеңдігімен, жанрларының сан алуандығымен, өнегелі тәрбиелік мазмұндылығымен, балаларға түсінікті тіл көркемдігімен ерекшеленеді. Балалар фольклоры шығу тегіне қарай үлкендердің балаларға арнап орындайтын бесік жыры, жұмбақтары және балалардың орындауындағы өлеңдер, балаларға арналған басқатырғыштар, тақпақтар, балалар әндері және басқа да жанрлар болып бөлінеді. Балалар фольклорының шығармалары даналық пайымдаулардан құралып, мұнда балалардың жас және психологиялық ерекшеліктерін ескерілген» [109, б. 250] деген пікірге сүйенетін болсақ, мақал-мәтелдер мен жұмбақтардың танымдық қызметі орасан зор. Сондықтан, балаларға арналған медиамәтіндерде мақал-мәтелдер мен жұмбақтардың, жаңылтпаштардың көптеп қолданылуы орынды. «Үйрен де жирен» бағдарламасынан мысал келтірсек:

Табақтан үлкен көлемі,

Оюланған бедері,

Ет салады ежелден

Жасалады ол неден?

- Бұның жауабын мен білемін.

- Бәрекелді, қәне, жауабы қандай?

- Айтып отырғаның - халқымыздың ет салатын ет табақ қой. Ол ағаштан жасалады. Бұны біздің көрермендеріміз де жақсы біледі. Солай емес пе, достар? («Үйрен де жирен» бағдарламасы)

3. Кірме сөздер кездеседі.

Балаларға арналған телебағдарламалар тілінде ағылшын, орыс тілінен енген кірме сөздер ұшырасады. Мысалы: *тренд, сэлфи, хобби, бисер, комикс* т.б.

Қазір мен сэлфи жасап, суретімді сендерге жіберемін («Эфирде, Аека!» бағдарламасы).

Әбілмансұр: Сенің хоббиің бар ма?

Фатима: *Иә, әрине. Менің хоббиім - қолөнер. Мысалға оның ішіне тоқыма тоқу, тігін тігу және де бисер тоқу деген сияқты қолөнерлер бар.* («Еркетай» бағдарламасы).

Balapan live бағдарламасының «Hello, Balapan!» айдары ағылшын тіліндегі көптеген сөздермен таныстырады. Басқа да бағдарламалар мәтінінен орыс тілінен енген, ағылшын тілінен енген кірме сөздерді кездестіреміз.

Мысалы:

- *Сәлем, достар, сендермен бірге «I Balapan» бағдарламасы. Бүгін біз комикстер туралы айтатын боламыз. Сендерге комикстер қызық па?*

... *Комикстер тұнған өнер екен. Қазіргі жастар телефон қарап, жалқауланып кетпей ме?*

- *Сұрағың орынды, Гаухар. Қайта комикстер арқылы балаларды кітапқа қызықтыруға болады («I Balapan» бағдарламасы)*

4. Бейвербалды амалдар. Медиамәтіндерге тән басты ерекшеліктерінің бірі – бейвербалды амалдардың маңызды қызмет атқаруы. Әсіресе теледидар мәтініндегі бейвербалды амалдардың қызметі вербалды құралдармен бірдей деуге болады. Себебі, аудио-визуалды мәтін түріне жататындықтан мәтін тек тілдік құралдармен емес, бейнелі түрде беріледі. Мұнда сөйлеуші ойын тек тіл арқылы емес, қимыл, ишара арқылы да айтатын ойын толықтырып, нақтылап жеткізеді.

Тіліміздегі вербалды амалдарды қарастыру қаншалықты өзекті болса, бейвербалды құралдардың қызметі де соншалықты маңызды. Бейвербалды амалдардың тілдік қатынастағы қызметі ерте кезден зерттеліп, бүгінгі тіл білімінде кеңінен қарастырылуда. Бейвербалды қатынас құралдарына ым, ишара тілі жатады. Адамдар арасындағы қарым-қатынас негізінен сөйлеу арқылы жүзеге асады. Австралия ғалымы А.Пиз адамдар арасындағы қарым-қатынастың 7% вербалды (тіл арқылы), 33% вокалды (интонация, дауыс ырғағы, дыбыс әуезділігі, екпін), 55% бейвербалды құралдар арқылы жүзеге асады деп есептейді [110, б. 272].

Қазақ тіл білімінде бейвербалды элементтер М. Мұқанов, С. Татубаев, А.Сейсенова, Қ.Қажығалиева, т.б. зерттеушілер еңбегінде бейвербалды құралдарды лингвистикалық аспектіде қарастырылған. Зерттеушілер бейвербалды амалдардың кинесика, просодика, такесика, проксемика сияқты түрлерін анықтайды. Қазақ тіл білімінде Ж. Аймауытов бейвербалды құралдар туралы алғашқы ұғымды қалыптастырып, ғылыми тұрғыда зерттеген. Ж. Аймауытов «Психология» атты оқулығында қазақ тіліндегі мимикаға «беттің ымы», «келбет ілімі» деген атау берген. Бейвербалды құралдардың қызметін ғалым былайша түсіндіреді: «Кісіні қылығына, қимылына қарап сыйлаймыз. Көзге өте көп көрінетін беттікі» [111, б. 447].

Ишараға бет құбылысы, маңдайды жиыру, қасты түю, көзді қысу, иығын қозғау, қолын сермеу, басын төмен түсіру т.б. жатады. Жалпы ишаралар таңбалық сипаты жағынан бес түрлі болады: иллюстраторлы, эмблемалы, икемдеуші, аффлекторлы ишаралар. Ж. Аймауытов мимиканы білдіру аймағын

былайша көрсетеді: бет құбылысы, маңдай қатпары, сызығы, қастың қимылы, танаудың желбіреуі, еріннің, төменгі жақ сүйегінің қозғалысы. Ғалым бастың, еңсенің, иықтың қозғалысын жестке жатқызады [111, б.88].

Балаларға арналған медиамәтіндерде қолын шапалақтау (қуану), сұқ саусақты шошайту (сес көрсету), қабақты түю (ашулану), бас шайқау (қарсылық көрсету, құптамау), бас изеу (құптау, келісу), қол бұлғау (шақыру) т.б. бейвербалды құралдардың әр түрлі мағыналарды білдіруі кездеседі.

Мысалы:

Анасы: Дарын, не болды балам?

Дарын: Ауырып қалған секілдімін (Жөтеледі).

Анасы: Не болып қалды? Менің ауырғаным жұғып кетті ме екен?! («Күлдір бүлдір» бағдарламасы).

Айя: Әли, сен не істедің? Бәрін бүлдірдің ғой. (Айя жылап қалады)

Әли: Әдейі істеген жоқпын ғой.

Айя: Әдейі, әдейі істедің! Атама айтам. («Әли мен Айя» 17 – бөлім)

Бұл мысалдарда бейвербалды компонент вербалды компонентке көмекші қызмет атқарады. Балаларға арналған медиамәтіндерде ым-ишара, жест түрлері кейде тілдік құралдарсыз қолданылса, кейде тілдік құралдарға қосалқы түрде қолданылып, олардың мағыналарына мағына үстеу, нақтылау мақсатында жұмсалады.

5. Аграмматизмдер.

Аграмматизм – сөйлемдерді дұрыс құрмау, сөз формаларын дұрыс қолданбаудан сөйлеудің грамматикалық құрылымының бұзылуы.

Мысалы: «Балапан» арнасындағы бағдарламасында

Әкем екеуіміз мектептен келе жатырық («Эфирде Аека!» бағдарламасы).

Balapan live бағдарламасының жүргізушісі: Тамаша! Олар да Balapan live бағдарламасын көріп отқан болар («Balapan live» бағдарламасы).

Сондай-ақ, «бара жатырмын», «келе жатырмын» деген тіркестерді «баратырмын», «келатырмын» деп қысқартып қолдану орын алады. Кей жағдайда жергілікті сөйлеу ерекшеліктері деп есептеліп жүрген бұл құбылыстар лингвистикада аграмматизмге жатады. Осы мысалдағы сияқты түбірге жіктік жалғауын жалғамай немесе оны қысқартып, бұзып қолдану дағдыларын біз морфологиялық аграмматизмге жатқызамыз.

6. Балаларға арналған танымдық бағдарламалардың лингвистикалық ерекшеліктерінің бірі ретінде термин сөздер жиі ұшырасуын айтуға болады.

Мысалы:

Әбілмансұр: Себебі, қарбыздың құрамында ликопин пигменті бар. Ликопин пигменті басқада жеміс-жидектерде бар. Бірақ қарбызда ол өте көп.

Жұлдыз: Түсінікті, алдағы уақытта есімде болады. Білуімше, қарбыздың біз біле бермейтін 96 елде 1200-ге жуық түрі бар екен. Олар жылы климатты

қажет етеді. Сол себепті, **температурасы** қалыпты нормадан аспайтын елдерде өседі.

...Қарбыз- құрамы **А, В 6, С дәрумендеріне** бай жеміс. **Ағзаға қажетті** мөлшерде су беріп, мидың жұмысының белсенділігін арттырады. Аталмыш жемістің түрлері көп болғанымен адам денсаулығына пайдасы бәрі бірдей. Әсіресе, жаз мезгілінде аптап ыстықтан құтқарады. Сонымен қатар, қарбызды жеу арқылы ағзамызды уытты заттардан тазартып, **асқорыту жүйесін** жақсартып аламыз.

Әбілмансұр: Дегенмен Жұлдыз, қарбызды күніне 2 немесе 2,5 кг астам жеуге болмайды. Себебі, қарбыздың құрамында бағана айта кеткендей, ликопин пигменті бар. **Ликопин пигментін** адам көп тұтынса өміріне зиян тиіп қалуы мүмкін.

Мәтіндегі ликопин пигменті, климат, температура, В, С дәрумендері, ағза, асқорыту жүйесі т.б. биология ғылымының терминдері мәтіндегі ғылыми ақпаратты беруге қызмет етеді. Бұл әсіресе оқу-танымдық және танымдық-ақпараттық бағдарламаларға тән сипат болып саналады.

- Алдияр, **робототехника** саласы бойынша республикалық байқауда жеңімпаз атаныпсың. Сенің жобаң несімен ерекшеленеді?

- Менің жобамның тақырыбы – **«Гидробзлизиротқы»** деп аталады. Оның бір ерекшелігі тек сумен жұмыс жасайды. Бір затты қысып алу үшін оған ешқандай тоқ көзі, мотор қажет емпейді.

- Керемет! Болашақта қандай робот жасағың келеді?

- Суда жүзетін және мусорды жинайтын робот **экобокс** құрастырғым келеді. Ол судың астына сүңгіп, әртүрлі қоқыстарды жинайды. Оның көзіне арнайы көз орнатып беремін. Адам қалдырған қалдықтарды қалтасына салады. Қалтасы толғанда үстіге шыға бастайды.

- Бәрекелді! Керемет! Бұл роботты жасау туралы идея қайдан келді? («Өнертапқыш бала»).

Робот, экобокс, гидробзлизиротқы, робототехника лексемалары бүгінгі ақпараттық техника заманындағы әлем бейнесін беруге қызмет етеді.

7. Медиамәтіндер тілінде баланың жас ерекшеліктеріне байланысты қысқа, қарапайым сөйлем құрылымдары жиі ұшырасады (толымсыз сөйлемдер, парцелляцияланған құрылымдар, инверсия құбылысы) т.б.

– Сәлем, досым!

– Ассалаумағалейкум, Асқар аға!

– Көңіл күйің қалай ?

– Өте керемет!

– Алпамыс батыр жырды оқып жүрсің бе?

– Енді бастаймын.

– Уәде бересің бе?

– Иә.

– Ұлттық аспаптарда ойнай аласың ба?

– Жоқ.

- *Ұлттық аспаптан нені ұнатасың?*
- *Домбыраны.*
- *Енді сұрағымызды қояйық. Алпамыс батырдың туған жері?*
- *Жиделібайсын.*
- *Өте тамаша («Balapan live» бағдарламасы).*

Үзіндіде қысқа, толымсыз сөйлемдерден тұратын сұхбаттың мәтіні берілген. Мұндай қысқа, толымсыз сөйлемдерден құралған диалог көбінесе баланың жас ерекшелігіне байланысты кіші жастағы балалармен сұхбат мәтіндерінде жиі орын алады. Аталған сипаттар балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінің басқа мәтін түрлерінен ажырататын негізгі белгілері болып саналады.

Қорытындылай келсек, теледидардың қоғамдық сана мен тілдің лексикологиялық және функционалдық-стильдік жүйесіне ықпалы зор. Әсіресе, бүгінгі ақпараттандырылған заманда теледидар мен интернеттің тілі жаңа шығып келе жатқан бүлдіршіндер мен жасөспірімдердің сөз байлығына, тіл тазалығына, дүниетанымына тікелей әсер етеді.

Балаларға арналған медиамәтіндердің басты сипаттары:

- медиалық (ақпараттық);
- мультимодальділік;
- аксиологиялық;
- фасцинация (тартымдылық);
- прагматикалық;
- интерактивтілік;
- интерпретациялық сипаты болып табылады.

Балаларға арналған телебағдарламалар мәтіндерінің лингвистикалық табиғатын зерделеуде, төмендегідей тілдік ерекшеліктері айқындалды:

– Медиамәтіндер тілінде баланың жас ерекшеліктеріне байланысты қысқа, қарапайым сөйлем құрылымдары жиі ұшырасады (толымсыз сөйлемдер, инверсия құбылысы) т.б.

- көбінесе диалогқа құрылады;
- көнерген сөздер, қарапайым сөздер, жергілікті тіл ерекшеліктері, аграмматизмдер де кездеседі;
- мақал-мәтелдер, жұмбақтар, жаңылтпаштар, көптеп қолданылады;
- терминдер жиі ұшырасады;
- бейвербалды құралдардың қызметі ерекше көзге түседі;
- ағылшын тілінен енген сөздер кездеседі

Аталған сипаттар балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінің басқа мәтін түрлерінен ажырататын негізгі белгілері болып саналады.

2.2 Телебағдарлама мәтіндеріндегі когнитивтік бірліктердің тілдік репрезентациясы

Тіліміздегі ырым-тыйымдар халқымыздың тұрмыс-тіршілігінде дүние есігін ашқаннан бастап, өмірден өткенге дейінгі бүкіл саналы ғұмырынан орын

алатыны белгілі. Ата-бабамыз ырым-тыйымдарды дүниетанымдық және тәрбиелік мақсатта ұтымды қолданған. Осындай ырым-тыйымдар қазіргі телебағдарламалар тілінде ұрпаққа білім мен тәрбие беруде қолданылады. Балаларға арналған телебағдарламаларда кездесетін тыйым сөздер ұлттың наным-сенімімен, салт-дәстүр, әдет-ғұрпымен, тұрмыс-тіршілігімен тығыз байланысты. Қазақ тіліндегі ырым-тыйым сөздердің де өзіндік астарлы мағынасы болады. Сондай ырым-тыйымдардың бір тобы табиғатқа, жан-жануарларға қатысты айтылады. Медиамәтіннен мысал келтірсек:

- *Не болды, балалар?*
- *Ата, таяқты аламыз деп, ағаш сындырмақшы едік.*
- *Олай болмайды, балалар. **Жас бұтақты сындыруға болмайды.***

Балалар, бұл бұтақтардан жеміс - жидектер жейміз.

- *Жарайды, ата, енді олай жасамаймыз («Әли мен Айя»).*

Халқымыз ежелден «көк шөпті жұлма», «көк шыбықты сындырма», «көкті жұлса, көктей орыласың» деген наным-сенімдер арқылы ұрпағын жан-жануарлар мен табиғатқа қамқорлықпен қарауға тәрбиелеген. «Көк шыбық тіршіліктің бастауы», «Бір тал кессең, он тал ек» деген мақал-мәтелдер жас балаларға экологиялық білім мен тәрбие беруде қолданылған. Ұлттық тілдегі ырым-тыйымдар «обал болады», «жаман болады», «киесі ұрады» деген халықтың наным-сенімі мен философиясына негізделі отырып, жас ұрпақты табиғатқа, қоршаған ортаға құрметпен қарауға тәрбиелейді.

Төрт түлікке, жан-жануарларға, құстарға қатысты ырым-тыйымдарға медиамәтіндерден мысал:

- *Балалар, сендер ортеке туралы аңызды білесіңдер ме?*
- *Жоқ, білмейміз.*
- *Онда мен сендерге айтып берейін. Баяғыда Бұрыл деген аңшы болады.*

*Оның жалғыз анасы болады. Ол аң аулап бүкіл ауылды асырап жүреді. Бір күні анасының түсіне бір аппақ аң еніп, «балаң енді аң аулауын тоқтатсын, оның шелегі қанға толды» деп айтады. Анасы таңертең аңға кеткелі тұрған баласына көрген түсін айтады. «Енді аң аулағаныңды қой. **Аңның да киесі бар. Жазықсыз аңдарды қыра беруге болмайды» - деп айтады.** Баласы тыңдамай, аң аулауға шығып кетеді. Сол күні оған ешқандай аң-құс жолықпайды. Бір таудың басында тынығып отырған аңшының алдына аппақ аң өзі келіпті. Аңшы садағын қолына алып, аңды атып алыпты. Аңды бауыздаса, қан шықпайды. Аң-таң болып тұрғанда әлгі аң көз алдында жоқ болып кетіпті. Аңшы есінен ауысып, сол тауда қалып қойыпты... («Ортеке жасау». «Үйрен де жирен» бағдарламасы).*

Осы мысалдан байқағанымыздай, қазақ халқы аңды орынсыз қыра бермеген. Халықтың ұлттық дүниетанымында жабайы аңдардың да киесі бар. «Аңның киесі ұрады» деп оларды себепсіз бей-берекет аулауға тыйым салған. Табиғат пен адам егіз, адам табиғатқа қастандық жасаса адамға оның залалы тимей қоймайды деген түсінік қалыптасқан. Аңшылық та мал өсіру сияқты қазақ ұлтының көнеден келе жатқан ата кәсібі болып саналады. Саятшылық

өнері күнкөріс мақсатында пайда болып, кейін келе халқымыздың салтына айналған. Аңшылық, саятшылық турасында ескі жазбаларда, бейнелі суреттерде кездесетін деректер оның өте көне замандардан келе жатқан дәстүр екенін айғақтайды. Алайда халықтың санасындағы байырғы дүниетаным аң-құстарды жөн жосықсыз қыруға, шектен тыс аулауға тыйым салған. Бұған халқымыздың көнеден келе жатқан мифтік түсініктерімен қатар «обал», «сауап» деген діни нанымы, табиғатты қастерлеу, айнала қоршаған ортаны қорғау туралы ақыл ой, парасаты ықпал етті.

«Аққуды атуға болмайды» деген тыйым табиғаттағы аң-құсты қорғауға, мейірімділікке тәрбиелейді. Мұндай тыйым сөздер, әсіресе, төрт түлік малға қатысты көп айтылады. Халықтың төрт түлікке қатысты «малды басқа ұрма», «аяқпен теппе», «иесі бар» деп тыйымдары күн көрісі төрт түлік малмен тығыз байланысты көшпенді халықтың сеніміне негізделген. Бұл ырым-тыйымдардың астарында ежелгі түркі халықтарының дүниетанымы, діни факторлар да жатыр. Әр түліктің өзінің сақтаушысы, пірі бар деп сенген. Түйе малының пірі – Ойсылқара, сиырдың пірі – Зеңгі баба, ешкінің пірі – Сексек ата, қойдың пірі – Шопан ата, жылқының пірі – Қамбар ата деп түсінген қазақ халқы, төрт түлік малды қадірлеп, рухани-мәдени өмірін, дүниетанымын, әдет-ғұрпын төрт түлікпен байланыстырған. Ел аузында төрт түлік пірілері туралы аңыздар да жоқ емес. Мысалы, түйенің пірі Ойсылқараны кейбір аңыз деректерде өмірде болған адам деп есептеп, түйе бағатын араб Уайссахра деген адамның есімімен байланыстырады. Кейбір деректерде Уайс әл Қарани деген әулие адам болған. Аңыздарға сүйенсек, Шопан ата Қожа Ахмет Яссауидің сүйікті шәкірттерінің бірі болған. Халықтың ежелгі сенімі ырым-тыйым сөздерде де сақталып ұрпақтан-ұрпаққа жеткен. Осындай тілдік бірліктер арқылы қазақ халқы ұрпағын төрт түлік мал мен жан-жануарларға, жәндіктерге зиян келтірмеуге, рақымшылдыққа, мейірімділікке, обал, сауап дегенді сезінуге тәрбиелейді.

Енді бірқатар ырым-тыйымдар сан ғасырлар бойы бірлікке шақырып, елдің ынтымағын арттыруда, жас ұрпақты адамгершілікке, адалдыққа тәрбиелеуде маңызды рөл атқарған.

Бірлікке, ынтымаққа, адалдыққа шақыру мағынасын білдіретін ырым-тыйымдар:

Балам, ешқашан өтірік айтуға болмайды. «Өтірік өрге баспайды». Әрдайым шындықты айтыңдар. (Көңілді отбасы. «Күлдір бүлдір» 2-ші бөлім)

Қалқанқұлақ, қалқанқұлақ, адал бол досқа,

Уақытыңды, қалқанқұлақ, өткізбе босқа!

Әр күн сайын жақсылық жаса!

Қалқанқұлақ, қалқанқұлақ, жаманға ерме,

Қалқанқұлақ, қалқанқұлақ, мақтана берме! («Қалқанқұлақ» бағдарламасы).

Ырым-тыйымдардың ішінде әу баста қандай да бір дүниетанымға, діни сенімге негізделіп пайда болған, бүгінгі таңда тұрмыстық деңгейде халықтың санасына берік орнығып, күнделікті тұрмыс салтынан орын алып, өміршеңдігін

көрсетіп келе жатқандары да бар. Мысалы, «иегіңді таянба», «тізенді құшақтама» деген тыйымдар бір кездері діни сенімнен пайда болса, қазіргі уақытта әдептілікке жатпайтын ерсі қылық ретінде саналып, күнделікті өмірде қолданылып жүр. Кейбір тыйым сөздер трансформацияланып, мүлде басқаша қолданылуы да ұшырасады. Түп-төркініне үңілсек, қазақ тіліндегі кейбір ырым-сенімдерден өзге мәдениеттер араласқан кездегі зороастризм, шаманизм сияқты діни сенімдердің ізі байқалады. Қазақ жеріне ислам дінінің кіруіне байланысты пайда болған тыйым сөздер де бар.

Қорыта келгенде, медиамәтіндерде кездесетін тыйым сөздер – ұлттық дүниетаным, ұлттық мәдениет, ұлттық дін мен салт дәстүрден хабар беретін тілдік бірліктер.

Балаларға арналған медиамәтіндердегі когнитивтік бірліктердің бірі – жұмбақтар. «Балапан» арнасындағы «Алтын сақа», «Үйрен де жирен» бағдарламаларында көрермендердің жас ерекшелігіне байланысты әртүрлі жұмбақтар жасырылады.

Мысалы:

*Егер «М»-дан бастасаң,
Өлшемдердің бірі.
«М» орнына «Ф» қойсаң,
Бұл- матаның түрі*

*Жетіден көп, бірақ та,
Тогызға жетпей тұрақта!*

*Деменіздер босқа тұр,
Қажет бұйым шеберге.
Шайқасады қос батыр,
Қолға тисе егер де! («Үйрен де жирен» бағдарламасы).*

*Ұстауға да қолайлы,
Байлап кейде орайды,
Тағып алсаң қоржынға,
Ілуге де жарайды*

*Ажырамас екі дос,
Қолға ұстаған тұрмас бос.*

Ұқсайды екен мүйізге,

Жабысып тұр киізге («Үйрен де жирен» бағдарламасы. «Қоржын»). Осы сияқты жұмбақтардың сан түрі медиамәтіндер арқылы балалардың ой-өрісін дамытуға, сөздік қорларын молайтып, тіл байлығын дамытуға септігін тигізеді.

«Сарыарқа» арнасынан берілетін «Қуырмаш» балаларға арналған танымдық-ақпараттық бағдарламасынан алынған мәтіндік үзіндіде ұлттық аспаптар домбыра мен жетіген туралы танымдық ақпараттар беріледі.

Сұхбат түріндегі мәтіннен үзінді келтірсек:

Жүргізуші: Гауһар, сен домбырада да, жетігенде де ойнайды екенсің. Өзіңнің аспаптарың туралы айтып берші.

Гауһар: Менің домбырам – бала домбыра. Осы домбырамен ән айтып жүргеніме төрт жылдай болып қалды. Осы домбырамен талай байқауларға қатыстым. Домбыра – көне аспап. Оны ата-бабаларымыз қолданып келді. Домбыраның құрылымына келетін болсақ, ол басы, мойны және шанағынан тұрады. Басында құлақтары бар, мойнында шайтан тиегі және пернелері бар. Ал шанағында ойығы, тиегі, ішектері бар...

Жүргізуші: Асылайым, сен жетіген туралы не айтар еді?

Асылайым: Жетіген де – көне ұлттық аспап. Кезінде ол жеті ішекті болған. Кейін заманға байланысты ол жиырма үш ішекті болып өзгерді. Бұрын тиектерінің орнына асық қойылатын еді. Қазір тиектері сүйектен жасалады. Жетіген түрлі ағаштардан жасалады. Оның ішінде ерекшесі – қайыңнан жасалған жетіген. Оның дауысы өте мықты, қоңыр дауыс болып шығады.

Жүргізуші: Өте қызықты екен. («Қуырмаш» бағдарламасы. 2020 жыл)

Бұл бағдарламада заттық мәдениет лексикасы болып табылатын домбыра, жетіген сияқты сөздердің мәдени-танымдық мәні зор. Бұл бағдарлама арқылы балалар ұлттық мәдениетіміздің бір бөлшегі болып табылатын, күй өнері мен ұлттық аспаптармен танысады, ұлттық өнерді құрметтеу, бағалау сияқты сезімдері қалыптасады. Сондай-ақ, мәтіндегі домбыраның құрылымдық бөліктері атауларымен танысады. Медиамәтіннің баспасөз мәтіні мен көркем мәтіннен артықшылығы оның визуалдылығында. Медиамәтін балаларға домбыра мен жетіген туралы ақпарат беріп қана қоймайды, *домбыраның мойны, перне, ішек, шанақ, тиек, шайтан тиек* деген сөздер арқылы сөздік қорларын молайтып, домбыраның бөлшектерін көзбен көріп танысады. Аудиалды мәтіндерден теледидар мәтіндерінің ерекшелігі де осы жерде көрінеді.

Сондай бағдарламалардың бірі – «Сыбызғы жасау» (19 ақпан 2018 жыл). Медиамәтінде сыбызғы туралы аңыз айтылады. Балалар сыбызғы жасаушы шеберге барып сыбызғы жасауды үйренеді.

Мәтіннен үзінді келтірсек:

– *Сыбызғы шынымен қасиетті ме екен?*

– *Көне аңыздар мен ертегілерге сенсек, солай.*

– *Менің де сыбызғы тартуды үйренгім келеді.*

– *Бүгінгі бағдарламада сыбызғы жасауды үйренсек қайтеді?*

– *Оны қалай үйренеміз?*

– *Сендер сыбызғы жасаушы шебер Нұржан ағайға барып, үйреніп келіңдер.*

– *Нұржан ағай, сәлеметсіз бе?*

– Сәлеметсіңдер ме, балалар?

– Нұржан ағай, біз сізден сыбызғы жасаудың сырын білейік деп келдік.

– «Болам деген баланың бетін қақпа, белін бу» деген. Олай болса мен сендерге сыбызғы жасау жолдарын көрсетейін.

– Нұржан аға, сыбызғыны қурайдан жасайды ма?

– Сыбызғыны қурайдан жасаған. Сыбызғы жасайтын қурайдың түрлері болады: қара қурай т.б. Бірақ біз бүгін сыбызғыны қызыл ағаштан жасаймыз...

...Қашанда жақсылардан үйренейік, жаманнан жиренейік! («Үйрен де жирен» бағдарламасы. 2019 жыл)

Ұлттық аспап сыбызғы туралы аңыздармен танысып, сыбызғының жасалуы туралы үйренеді.

Ж.А.Манкееваның пікірінше, «өмір сүруді қамтамасыз ететін мәдениетке жататын дүниелердің мәдениетке қатысы адамдардың тек өмір сүруі үшін қажет мұқтаждықтарын ғана қанағаттандырып қоймай, сонымен бірге олардан жоғары тұратын социогендік, символдық және эстетикалық қажеттіліктерін де өтейді» [97, б. 53]. Яғни, мұндай медиамәтіндерден жас жеткіншектер тек өмірге қажетті материалдық зат атауларын ғана біліп қоймайды, олардың тарихын, халық тұрмысындағы маңызын, ол атауларға қатысты ұлттық дәстүрлер мен наным сенімдер туралы ақпараттар алады. Танымдық мазмұндағы медиамәтіндер жас жеткіншектердің ұлттық санасы мен ұлттық дүниетанымының қалыптасуына ықпал етіп, рухани дүниелерін байытады.

Кез келген телехабар адамды мәдениеттілікке үйретеді. Көрермен телебағдарламаға қатысушылардың сөз саптауынан, сөйлеу мәнерінен, тіл тазалығынан өзіне қажетті білім мен білікті қабылдайды. Осыдан келіп, теледидар мәтініне халықтың тіл мәдениетіне әсер ететін, тіл тазалығын сақтауға ықпал ететін құрал ретінде қарау қажеттілігі туындайды.

Кез келген ұлттың тұрмыс тіршілігі, салт дәстүр, әдет ғұрпын білдіретін сөздер этнографизмдерге жататыны белгілі. Медиамәтін тілінде этнографизмдер мол ұшырасады. Этнографизмдердің танымдық қызметі оларға медиамәтін ішінде түсініктеме беру кезінде айқындала түседі. Себебі, балаларға арналған бағдарламаларда этнографизмдер жай ғана қолданыла салмайды, ол атауларға толық түсініктеме беріліп, халықтың өміріндегі маңызы, не үшін қолданылғандығы туралы, оларға қатысты салт дәстүрлер, наным сенімдер де айтылып отырады. Сол арқылы этнографизмдердің танымдық қызметі айқындалады. Мысалы, «Үйрен де жиреннің» сақина жасау деген бағдарламасында қазірде қолданылмайтын сақинаның атаулары кездеседі.

«Білезік» бағдарламасында балалар *алтын білезік, күміс білезік, сом білезік, сағат білезік, құйма білезік, бұрама білезік, топсалы білезік, қос білезік, жұмыр білезік, бес білезік* сияқты этнографизмдермен таныс болады.

Медиамәтіндердегі этнографизмдердің танымдық қызметі халықтың салт-дәстүрі мен наным-сеніміне, діни түсінігіне байланысты, өмір салтына қатысты ақпараттар беруінен көрінеді.

«Құрақ көрпе» бағдарламасында: *барқыт, жібек, сиса, сәтен* сияқты мата атауларымен, *үшбұрыш құрақ, алты табақ, ши құрақ, оңай құрақ* сияқты құрақ түрлерінің атауын білдіретін этнографизмдермен танысады. Сондай-ақ, құрақ көрпе құрау туралы салт-дәстүр, аңыздармен, наным-сенімдер туралы танымдық ақпарат алады. Сол арқылы балалардың ұлттық дүниетанымы, кеңейіп, ұлттық өнер, салт-дәстүр туралы білімдері молаяды.

«Үйрен де жирен» бағдарламасы «Жеті қазына»:

Жүргізуші: Амансыңдар ма?

Айдос: Сәлем Достар!

Жандосымыз әлі келмеген бе?

Жандос: Сәлеметсіздер ме? Мен кітапханаға барып кітап алып келдім.

Жүргізуші: Сәлем, Жандос! Қандай кітап алдың?

Жандос: «Қазақтың ұлттық салт - дәстүрлері» деген кітапты алдым.

Жүргізуші: Ол кітапты өзің оқу үшін алдың ба?

Жандос: Мен «Жігіт сұлтаны» сайысына қатысайын деп едім. Жеті қазына туралы білмеймін.

Жүргізуші: Алдымен жеті қазына туралы біліп алайық. Айдос, сен «Жеті қазына туралы» айтып берші. Жандос, сен түсініп тыңдап ал.

Айдос: Қазақ халқында жеті қазына деген ұғым бар. Оған:

Жүйрік ат, Қыран бүркіт, Құмай тазы, Берен мылтық, Білім, Алмас қылыш, Сұлу жар жатады.

Жандос: Рақмет, Айдос! Мен түсініп алдым. Еш қиындығы жоқ екен. Жеті қазына туралы енді білетін болдым. («Үйрен де жирен» бағдарламасы. 2018 жыл)

Бағдарламада бұдан әрі ер қанаты ат туралы айтылып, балалар қағаздан ат мүсінін жасауды үйренеді. Қазақ «ат – ер қанаты» деп жеті қазынаның біріне балаған. Жеті қазына қазақ халқында әртүрлі түсіндіріледі. Бауыржан Момышұлы «жеті қазынананы» былай тізбектеп береді:

«Мұны «ер жігіттің жеті қазынасы» деп анықтап айту керек. Бұл ер-азаматтың жеке басына, тұрмыс-тіршілігіне қажетті бағалы дүниелеріне байланысты айтылған.

Жүйрік ат – жігіттің қанаты. «Ат – ер қанаты» дегендей, атсыз жігіттің күні қараң болған.

Қыран бүркіт – жігіттің алғырлығы, бүріп түсер күш-қуаты.

Құмай тазы – сенімі, досқа адал беріктігі.

Берен мылтық – оты, қаһары.

Қақпан – серті, бірсөзді мәрттігі.

Алмас кездігі – сұсы, айбыны,

Сұлу әйел – ер азаматтың артындағы қамалы, отбасының берекесі».

Бағдарламада осындай қазақ халқының ұлттық дүниетанымынан хабар беретін мәліметтер айтылады. Мұндай бағдарламалардың жасөспірімдерге берері мол. Ұлттық салт-дәстүр мен қазақ халқының рухани және материалдық мәдениетінен түрлі ақпараттарды бере отырып, балалардың сөздік қорын

молайтуға септігін тигізеді. Балалар бұл бағдарламаларды көре отырып, бүгінде сирек қолданылатын түрлі заттық және рухани мәдениет лексикасымен танысады. Өздеріне таныс емес сөздер мен атаулардың мағынасын білетін болады, кейбірін өзінің сөз қолданысына енгізеді.

«Үйрен де жирен» бағдарламасы «Қоржын»

- *Иә, Жандос, кішкене күте тұр, біз бүгін **базарлық** салатын қоржын жасап толтырамыз.*

- *Қоржынның басқа түрлері бар ма?*

- *Менің білуімше, қоржынның **қыс қоржын, бесік қоржын, сүндет қоржын** деген бірнеше түрі бар.*

- *Дұрыс айтасың, Айдос! Қоржынның түрі көп...*

- *Балалар, қоржынды көбінесе барқыт матадан тігеді. Себебі, ол сапалы, әрі берік мата. Ал біз қоржынымызды мақта матадан жасадық. Бұған әртүрлі ұсақ-түйек заттарды салуға болады.*

- *Дина, енді осы қоржынға не саласың?*

- *Қосымша үйірмелерге барғанда, достармен қыдырғанда сөмкенің орнына осы қоржынды алып шығамын, ішіне заттарды салып қоямын.*

- *Керемет! Игілігіңе пайдалан*

- *Рақмет, шебер!*

- *Өнер сыры - өрнекте деген рас. Қараңдаршы мына ою қоржынымызды қалай безендіріп жіберді*

- *Әрқашанда жақсылардан үйренейік!*

- *Ал, жаманнан жиренейік!*

- *Көріскенше, достар! («Үйрен де жирен» бағдарламасы, 2019 жыл)*

Әр халықтың жүріп өткен тарихи жолы – ұлттық тарихын, қалыптастырған дәстүрі мен салты дүниетанымдық ерекшелігі мен дара мәдени келбетін жасайды. Ұлттық мәдениет пен ұлттық болмыс, қоғамдағы өзгерістер мен жаңалық атаулының бәрі тілде көрініс табуы заңды құбылыс.

Сөйлеу тілі әрбір ұлттың рухани және материалдық мәдениетінің тарихының, бүкіл болмысының айнасы деуге болады. Сондықтан да болар, В. фон Гумбольдттың: «Халықтың тілі барда оның рухы бар, халықтың рухы барда оның тілі бар, ал өзіме осыларға тең келетін нәрсені елестету қиын» [96] деген тұжырымы осы ойымызды дәлелдей алады.

Медиамәтіндердегі фразеологизмдердің когнитивтік сипаты.

Заманауи тіл біліміндегі «адамды тіл арқылы тану» ұстанымына сәйкес антропоэекті парадигма бойынша тұрақты тіркестер, мақал-мәтелдер, жұмбақтардағы ұлттық таным мен тілдік сананы зерттеу ұлттың дүниетанымын, әлем туралы түсінігін айқындауға мүмкіндік береді.

Фразеологизмдердің когнитивті ерекшеліктері көптеген ғылыми зерттеулерде айтылып жүр. Тілдегі фразеологиялық бірліктердің танымдық сипаты когнитивті фразеология саласының нысаны болып табылады.

Фразеологизмдерді когнитивті зерттеу – адам санасындағы әлем туралы фразеологиялық (фразеологиялық семантикада жинақталған) білімді сақтау және ұйымдастыру құралы ретінде түсінілетін тәсіл. Когнитивтік фразеологияның негізгі теориялық мәселелеріне тұрақты тіркестердегі әлем бейнесі, адам санасында реттелген шындық туралы фразеологиялық идеялардың жиынтығы, әлемнің фразеологиялық бейнесінің ақиқат өмірмен тікелей баланысы т.б. мәселелер жатады.

Фразеологиялық бірліктерді когнитивті тұрғыда зерттеу туралы ғалым Г. Смағұлова: «Қазақ фразеологиясының тілдік деректері – фразеологизмдер, паремиялар арқылы фразеологиялық лингвомәдениеттанымның ғылыми өрісі когнитивтік зерттеулерге ұласты. Қазіргі гуманитарлық зерттеулерде когнитивизм ұстанымдарының берік орнауы лингвомәдениеттану, психолінгвистика, прагмалінгвистика және когнитивтік лингвистика пәндерінің өзара іштей байланыстары арқылы фразеологияда кешенді пәнаралық жаңа бағыттарды қажет ететін саланы қалыптастырды. Адамның күрделі таным әрекетінің нәтижесі – тіл болғандықтан, бұл бағыттардың барлығы антропоцентрлік зерттеу нысанына айналды» [112, б. 5] дейді.

Ғалым Г. Смағұлова «Қазақ фразеологиясы лингвистикалық парадигмаларда» атты монографиясында «Когнитивті фразеологизмдер» жеке тарау ретінде беріп, мұнда тұрақты тіркестердің танымдық қызметін жан-жақты зерттейді. Еңбекте қазақ фразеологиясының когнитивті-семантикалық аспектілері, фразеологиялық мағынаның когнитивті семасиологиядағы рөлі, фразеологизмдерді когнитивтік талдау тәсілі және фреймдік модельдеу тәсілдері сияқты күрделі ғылыми мәселелер шешімін тауып, когнитивті фразеологияның құрылымы мен әлемнің фразеологиялық бейнесі айқындалған.

Фразеологиялық концепт тұрақты тіркестердің мағыналық түйіні мен өзегінен жасалады. Бұған «мәдени менталдық тілдік бірліктер» (Ю.С.Степанов) қатысады. Концептілердің қалыптасуында, тілде орнығуында мәтіндегі тұрақты құрылымдардың (прецедент) маңызы зор. Оларға тұрақты тіркестер, афоризмдер, мақал-мәтелдер жатады.

Ю.С. Степанов «Константы. Словарь русской культуры» атты зерттеуінде базалық концептілердің жеке қолданыстарда болатыны, фразеологиялық концептілердің негізгі ерекшелігі олардың тарихи және темпоралдық сипаты екендігін баса ескертеді [113, б. 97]. Соның нәтижесінде, когнитивтік фразеологияда концептілердің белгісі оның мәдени маркерлігінде деген пікірді тереңдеткен. Фразеологиялық концептінің маңызды мәдени компонентін құрайтындар деп: тұрақты тіркестер, мифологемалар, ритуалдар, рухани-мәдени мағынаны жинақтаған символдық мәні бар тіркестерді айтады.

«Анама жездем сай» (Кім болғың келеді? Агроном).

Әли: Жолдың бойына ойнамау керек еді!

*Айя: Қайдағы жол? Мен жасаған қорған «Тайға таңба басқандай» тұр
ғой.*

Әли: Жол бойына қорған салуға бола ма екен? («Әли мен Айя»)

Әли: Мен олармен үнемі ойнап, ағымнан жарылып жүрсем... Маған айтпай өздері ойнап кеткендері қалай болғаны?

Баласы: Анашым, мен далада ойнап жүріп, аяғымды ауыртып алдым. Сабаққа баруым керек еді... Не істесем екен?

Анасы: Айдың күннің аманында не болды? Байқамадың ба, балам?

Баласы: Бүгін бақылау болатын еді. Енді қалай барам?

Анасы: Мектеппен хабарласып, мұғалімді үйге шақыртайын. Дәрігерді шақыртып, ем жасайық.

Баласы: Жоқ, керек емес, анашым. Жазылып кеттім.

Анасы: Әй, балам-ай, аузымды айға қарата жаздадың. Өтірік айту – жаман қасиет («Баланың ісі шала: Өтірікшінің сыбағасы» бағдарламасы).

Мысалдардан байқағанымыздай, балаларға арналған медиамәтіндерден тіліміздегі ай сөзі қатысқан тұрақты тіркестерді кездестіруге болады.

Кез келген ұлттың даму тарихында өзіндік дүниетанымына, шаруашылығы мен кәсібіне, тұрмыс-салтына, діни сенімі мен мінез-құлқына, ұлттық болмысына байланысты концептілері бар. Қазақ халқында, сондай концептілердің бір тобын космосимволдар құрайды. Тілімізде күн, ай, жұлдыз, яғни, аспан денелері атауларынан болған концептілер халықтың сан ғасырлар жинақтаған тәжірибесін, ойға түйген пайымдауларын, әлем, жаратылыс туралы терең танымын аңғартады. Бұл концептілер тек қана табиғат, әлем туралы ақпарат беріп қана қоймай, этникалық, эстетикалық ұғым, ұлттық тәрбие жайлы мол мәлімет беретін қазына болып табылады.

Қазақ ұғымында «ай» концепт символы сұлулықтың, жаңалықтың, жақсылықтың белгісі болған. Мұны тілімізден берік орын тепкен «айдай сұлу», «айдай көркем», «толған айдай» деген теңеулерден көреміз. Сонымен қатар, «айдан анық», «ай қабақ», «ай десе аузы бар, күн десе көзі бар», «айшылық алыс жер», «ай қарап», «жұлдыз санау», т.б. тұрақты тіркестер тілімізде мол.

Халқымызда ай космониміне байланысты ырымдар да көп кездеседі. Мысалы фольклорлық нұсқаларда кездесетін:

Ай көрдім, аман көрдім,

Бұрынғыдай заман көрдім.

Ескі ай есірке

Жаңа ай жарылқа! – деп айға алақан жайып сұрау ескі діни сеніммен байланысты туған болса керек.

Қазақ халқының айға қатысты түсінігін Ш. Уәлиханов: «Ай – бір кезде тәңірі болған тәрізді. Қазақтар айға ұзақ қарамайды, өйткені айдағы кемпір кірпік санайды деп қорқады. Дәретке отырғанда айға қарап отырмайды. Жалпы алғанда, қазақтар айды құрметтеп сөйлейді» [114, б. 28] деп түсіндірген.

Ғ. Мұсабаев халық танымындағы айға сыйыну туралы айта келіп, оны айды тотем ретінде бағалаудан туған деп түйіндейді. Жаңа туған айға табыну кейіннен оны сұлулық концептісі ретінде тануға ауысқан. Жалпы қазақ халқы айдың адамға қандай да бір әсері бар деп түсінген. Сол себепті айлы түнде далада ұйықтауға, жас сәбидің бетіне ай сәулесін түсіруге, айға қарап сұқ

саусақты шошайтуға тыйым салған. Ай бетіндегі жалмауыз кемпір туралы миф осы тыйымдардан шығуы мүмкін.

Балаларға арналған медиамәтіндердегі тұрақты тіркестердің танымдық қызметін саралай келе, оларды бірнеше топтарға бөліп қарастыруға болатынын байқадық:

1. Айнала қоршаған орта, табиғат құбылыстары атауларынан болған тұрақты тіркестер: *айды аспанға шығару, аузын айға қаратты, айдың күннің аманында т.б.*

Мәтіннен мысал келтірсек:

Анасы: Ойпырмай, бұл бала таң атпай айды аспанға шығарды зой.

Әкесі: Шырын ішіп ажары кірді. Аздап демалсын. («Күлдір – бүлдір» бағдарламасы 7- бөлім.)

2. Төрт түлік мал және басқа да жан жануарлар атаулары қатысқан тұрақты тіркестер. Мысалы: тайға таңба басқандай,

- *Салем, достар, бүгін күшік екеуіміз велосипед тебуді үйренеміз.*

- *Велосипед ол да көліктің бір түрі.*

- *Бұл өте пайдалы нәрсе. Күшпен қозғалатын көлік түрі. Екі доңғалақты, тіпті үш доңғалақты түрлері кездеседі.*

- *Жазық далада зымырап жүрсең, «Тайға таңба басқандай» із қалдыруға болады («Күшік» бағдарламасы).*

Төрт түлік мал атауларына байланысты қалыптасқан тұрақты тіркестердің танымдық мәнін талдау арқылы ұлттық тілдің көркемдік таным әлемін, халықтың философиялық түсінігін, рухани болмысын айқындауға болады. Тілдегі фразеологиялық қорды толықтыратын төрт түлік мал, жан жануарлар атаулары қатысқан тұрақты тіркестердің мазмұнында терең сыр жатады. Қазақ халқының өткен ғасырлардағы тұрмыс салты, мен өмір тіршілігіне байланысты туындап, қалыптасқан төрт түлік мал атауларынан болған фразеологизмдер, ырым тыйымдар, метафора, теңеулер халқымыздың санасынан берік орын алған. Төрт түлік мал атаулары қатысқан тұрақты тіркестер халқымыздың материалдық рухани өмірімен тығыз байланысты болғандықтан маңызды рөл атқарды. Олар ұлтымыздың менталдық ерекшеліктерін бойына сіңірген маңызды тілдік құрылымдар болып табылады.

Тұрақты тіркестердегі төрт түлік атаулары қазақ халқының әлемнің тілдік бейнесін жасаушы, тілдік тұлғаның болмысын айқындайтын, оның тілі, мәдениеті мен тарихынан ақпарат беретін баға жетпес қор, қазақы қоғам санасында ұлттық тарихи тәжірибені сақтаған «көнекөз сөз» екендігіне көз жеткіземіз.

3. Тілек, бата мағынасындағы тұрақты тіркестер: *өркенің өссін, ғұмырың ұзақ болсын, денің сау болсын.*

Әже: Айналайын, құлыным, өркенің өссін!

Ата: Ал, Айятай, мына гүл саған. Ғұмырың ұзақ, денің сау болсын, алтыным! («Әли мен Айя»).

Медиамәтіндерде кездесетін осындай тілек, бата мағынасындағы тіркестер халқымыздың ежелден бата мен тілекке деген танымын, наным-сенімін көрсетеді. «Жаңбырмен жер көгереді, батамен ел көгереді» деп батаның күшіне сенген. Халық танымындағы ақ бата және теріс бата деген ұғым батаның адам өміріне әсеріне сендіреді. Батаның қабыл болатынына, міндетті түрде орындалатынына қалтқысыз сенген халық ұрпағын үлкенді сыйлауға, үлкеннің ақ батасын алуға тәрбиелеген.

Балаларға арналған телебағдарламалардағы бата, тілек мағынасындағы сөздер мен сөз тіркестері ұлттық дүниетаным мен салт-дәстүрден хабар береді, үлкенді құрметтеуге тәрбиелейді.

*Сұрасаң бата берейін,
Ықыласпен қол жайсаң,
Ақ тілекті төгейін.
Сабаң толсын қымызға,
Шараң толсын уызға!
Өрісіңе мал толсын,
Өрендерің ер болсын!
Балалардың сәні өссін,*

Толған айдай бағы өссін! («Әли мен Айя» Наурыз мейрамы). Халық балаға ақ тілек, бата беру арқылы жас ұрпақтың бақытты болашағын армандап, бата жасалған жерде жақсылық болатынына, береке-бірлік артып, ынтымақ орнайтынына күмән келтірмеген. Тіліміздегі тілек-бата мағынасындағы тұрақты тіркестер ұлтымыздың дүниетанымын, салт-дәстүрін, этикалық-адамгершілік келбетін танытады. Тілек-бата сөздердің ғибраты мол мағынасы арқылы балаларды әділетті, салиқалы, көркем мінезді етіп тәрбиелеуді мақсат етеді.

4. Көңіл күй, эмоцияны білдіретін тұрақты тіркестер: *төбесі көкке жету, екі құлағы екі езуіне жету, төбе шашы тік тұру т.б.*

5. Өлшемдік ұғымды білдіретін фразеологизмдер: *көзді ашып жұмғанша, қас пен көздің арасында т.б.*

Балаларға арналған медиамәтіндердегі фразеологизмдердің когнитивтік сипатын талдау бала түсінігіндегі әлемнің ұлттық фразеологиялық бейнесін бере алады. Медиамәтіндердегі тұрақты тіркестерді лингвокогнитивтік тұрғыда зерттеу қазақ халқының ұлттық болмысын, мінез құлқын, ұлттық мәдени ерекшеліктерін, ұлттық танымды зерделеуге мүмкіндік жасайды. Медиамәтіндерде көрініс тапқан балалар дүниетанымындағы әлемнің фразеологиялық бейнесі қазақ ұлттық фразеологизмдері арқылы жасалған әлемнің ұлттық фразеологиялық бейнесінің бір бөлшегі болып табылады. Балаларға арналған медиамәтіндердегі фразеологизмдер бала санасында дүние туралы фразеологиялық (фразеологиялық семантикада жинақталған) білімдерді сақтау және жүйелеу құралы.

Символдардың когнитивтік сипаты.

Медиамәтіндердегі когнитивтік қызмет атқаратын тілдік бірліктер қатарында символдарды атауға болады.

Символ сөзі грек тілінен алынған. Символды тану көне замандардан келе жатыр. Символ туралы алғашқы пікірлер Аристотель, Платон еңбектерінен бастау алып, И. Кант, В. Шлегель еңбектерінде жалғасын тапты. Ш. Уәлиханов, Ә. Марғұлан, М. Әуезов, С. Мұқанов еңбектерінде символ туралы ойлар кездеседі. Символ туралы ғылыми тұжырымдар І. Кеңесбаев, Ә. Қайдар, Е. Жампейісов, К. Хұсайынов, Р. Сыздық, Ж. Манкеева, Б. Ақбердиева, т.б. еңбектерінде көрініс тапты. Тіліміздегі ұлттық символдар Х. Арғынбаев, Ә. Жәнібеков, А. Сейдімбек еңбектерінде этнографиялық тұрғыдан зерттелген. Символдардың лексика-семантикалық аспектісі І. Кеңесбаев зерттеулерінде қарастырылса, К. Хұсайынов еңбектерінде фоносемантикалық ерекшеліктері айқындалған. Қазақ тіліндегі символдардың тілдік табиғаты Қ. Қайырбаева зерттеуінде жан-жақты зерделенеді. Ғалым тіліміздегі символдарды зерттеуде Ю. Лотман, А. Лосев, В. Маслова сияқты белгілі ғалымдардың символдар туралы ғылыми тұжырымдарын негізге алады.

Символдар туралы зерттеулерге шолу жасай келе, символдарға тән мынадай негізгі белгілерін атауға болады: образдылық, архетиптілік, уәжділік, ұжымдық қабылдау және түсіну, диахрондылық.

«Сөз және сөз-символ – екі түрлі таңба емес, сол сөздің өзінің екі түрлі қызметтегі екі түрлі формасы, яғни лингвистикалық таңба символдық қызметті атқарғанда ғана оны символ деп атаймыз» [115, б. 42]. Символдың мәні таңбаның мәнінен кең. Символ атауының алғашқы мағынасы өзгеше болған. Ежелде адамдар символ деген грек сөзімен достық белгісі ретіндегі бір заттың сынығын атаған екен. Бұрынғы заманда үй иесі бір затты бөліп, жартысын өзіне қалдырып, екінші жартысын келген қонаққа ұсынған екен. Сол адам келесі жолы келгенде жаңағы заттың сынығы арқылы таныған. Сондықтан В. Маслова символды көне заманның «жеке куәлігі» деп атайды [116].

Бүгінгі ғылымда символдар философия, логика, әдебиеттану ғылымдары саласында да зерттелуде. Символ туралы пікірлер мен көзқарастар да әр түрлі.

В. Маслованың «Лингвокультурология» атты зерттеуінде символ былайша түсіндіріледі: «Символ – таңбаға тепе-тең ұғым (жасанды қалыптасқан тілдерде); өмірді өнермен образды түрде игеруді білдіретін әмбебап категория (эстетика мен өнер философиясында); мағынасы шартты, басқа нысан мағынасына ұқсас белгілі бір мәдени нысана (мәдениеттануда, әлеуметтану мен гуманитарлық ғылымдарда); символ өзінің алғашқы мазмұнын басқа бір мазмұнға форма беруде қолданылатын таңба ретінде (бұл көптеген гуманитарлық ғылымдар – философия, лингвистика, семиотика т.б.) кездесетін символды кең түсіну» [117, б. 5].

Медиамәтіндерде кездесетін символдардың танымдық қызметі оның уәжділігі арқылы көрінеді. Символдардың метафора, метонимия, синекдоха сияқты мағыналық ауысу тәсілдері арқылы уәжделетіні белгілі.

А.Ф. Лосев «Проблема символа и реалистическое искусство» атты зерттеуінде тілдегі символ сөздерді екіге бөліп қарастырады. Автордың пайымдауынша, символдар бірінші дәрежелі және екінші дәрежелі болып бөлінеді. Бірінші дәрежелі символдардың ерекшелігі олар аталған затты сол күйінде бейнелейді. Ал екінші дәрежелі символ белгілі бір затты немесе құбылысты бейнелеп қана қоймай, сол арқылы белгілі бір идеяны жеткізуді көздейді. Яғни, ғалымның пікірінше, бірінші дәрежелі символ дегеніміз көркем образ, ал екінші дәрежелі символды «нағыз символдың өзі» деп тануымыз керек [118]. Балаларға арналған медиамәтіндерде кездесетін символдар ұлттық бояу ретінде сан түрлі мәдени ақпаратты бойына сақтаған. Символға тән сипаттардың бірі - образдылық.

Балаларға арналған медиамәтіндердегі символдарды бірнеше мағыналық топқа бөлуге болады:

- Заттық мәдениет атауларынан болған символдар (*қазан, шаңырақ, ұлттық ою-өрнек, домбыра, сыбызғы*);
- Рухани мәдениет атауларынан болған символдар;
- Табиғат құбылыстары атауларынан болған символдар (*күн, ай, жұлдыз*);
- Түр-түс атауларының символикасы;
- Жан-жануарлар символикасы;
- Сандық атаулардан болған символдар.

Әр халық дүниедегі заттарды түрліше қабылдап, өзінше түйсінеді. Сол түйсінген құбылысты, заттарды өзінің ұлттық тілінде бейнелейді. Сол арқылы әлемнің тілдік бейнесін жасайды. Әлем бейнесін жасаушы элементтердің бірі – түр-түс атаулары. Түр-түс атауларының қазақ өмірінен алатын орны ерекше. Қазақ халқы әрдайым айнала қоршаған орта, табиғатты байқап, салыстырып, әдемілік пен сұлулықты бағалап, философиялық ой түйе білген дана халық. Сондықтан, қазақ тіліндегі түр-түс атауларының белгілі бір ұғымды, түсінікті берудегі маңызы зор. Түр-түс атауларынан қалыптасқан символдар ұлтымыздың өткен ғасырлардан сақталған түсінігін, танымын аңғартатын, бойына сан түрлі ақпараттарды жинақтаған тілдік бірліктер. Ұлттық дүниетанымды білдіруде түр-түс атауларының күрделі сөздерден болғандары көбірек кездеседі. Күрделі ұғымдық атаулардың номинациялық қызметпен қатар танымдық функция атқаруы жиі ұшырасады.

Түр-түс атауларының символдық мәніне мысал:

Сары түсті қарбыздар – қарапайым қарбыз және жабайы сары қарбыздың шағылысуы нәтижесінде пайда болатын түр. Қазіргі таңда қарбыздың бұл түрі Испания мен Таиландта өсіріледі. Испанияда жазда, дөңгелек пішінді болып өссе, ал Таиландта олар қыста және сопақ пішінді болады. Сары түсті қарбыз Таиландта, әсіресе, қытайлықтар арасында танымал. Және ол кәдімгі қарбыздан 2 есе қымбат тұрады, өйткені сары түс алтын мен байлықты білдіреді екен («Еркетай» бағдарламасы 2020 жыл)

Түр-түс атаулары – адамның әлеуметтік, рухани әлемі мен мәдени салттар және дәстүрлерді бейнелейтін фактор. Сары түстің де қазақ және басқа тілдерде негізгі түстік мағынасынан басқа ауыспалы мағыналары бар. Сары түсте о баста күннің, оттың және алтын, жез, қола, мыс сияқты түсті металдардың бейнесіне, реңкіне байланысты қалыптасқанымен, дами келе табиғаттағы, тіршіліктегі әр алуан құбылыстарға телініп, солардың сыр-сипатын аша түсуге мүмкіншілік алған. Зерттеулерге қарағанда әлем тілдерінің көпшілігінде, әсіресе үндіеуропа тілдерінде сары түс сатқындық, тұрақсыздық мағынасын білдіреді екен. Мысалы, ағылшын тіліндегі сары түстің символдық мағынасы - *сатқындық, қызғаншақтық*, сонымен қатар *ауру, қайғы мұң* т.б. мағынаны білдіреді. Ал сары түстің қазақ тіліндегі символдық мағынасы байлық, сағыныш, жақсы мінез, шыдамдылық сияқты ұғымдармен байланысты болып келеді. Тіліміздегі «сары майдай сақтау», «сарғайған жетер мұратқа», «сабыр түбі сары алтын» деген мақалдар осыған дәлел бола алады. Жалпы, қазақ тіліндегі «сары» сөзінің символдық мағынасы жағымды және жағымсыз мәнде де ұшырасады екен. Алтынның реңі сары болуына байланысты сары түстің байлықтың символы ретінде жұмсалуды да кездеседі. Сонымен қатар, «сары» сөзі кеңдік мағынасын да береді. Мұны сары дала, сары бел, сары жазық, сары түз, Сарыарқа, сары жайлау тіркестерінің қолданысынан көре аламыз.

Балаларға арналға телебағдарлама мәтіндерінен мысал келтірсек:

Жетісу – жауһар, Сарыарқа – салқар саркүнгеі

Асан кеп көрсе, жерұйық деуі мүмкіндей («Балдәурен» бағдарламасы)

Балаларға арналған медиамәтіндерде осындай тілдің ұзақ даму барысында қалыптасқан символдар да кездеседі. Осы сияқты ақ, қара, көк түстердің символдық мағынада қолданылуына медиамәтіндерден мысалдар келтіруге болады.

«Ақ құс» - бағдарлама атауы («Ақ құс». Телехикая)

Мен – анамның қардай ақ құсы

Мен – анамның балдай тәттісі

Еркіндікті сүйіп, қона берсін биік

Арманымның бақ құсы («Ақ құс» Тедехикая)

Ақ түс қазақ халқының дүниетанымында адалдық, пәктік, ізгі ниеттілік, шындық, жақсылықты білдіреді. Ақ түстің символдық мәні – таза, пәк, адал, қадірлі, қасиетті ұғымдары. Балаларға арналған медиамәтіндерде «ақ» сөзі тілек бата мағынасындағы сөзі тіркестері құрамында да жұмсалады: *ақ бата, ақ тілек*.

Символдардың келесі бір тобы – заттық мәдениет атауларынан болған символдар. Балаларға арналған телебағдарламаларда ою өрнектердің символдық мәні туралы көп айтылады.

Символдар тілдің ұзақ даму процесінде туып, қалыптасады. Оюдың түрлерінің ұлттық танымдық мәні де зор. Қазақ халқының әрбір ою түрінің өзіндік тарихы мен символдық мәні бүгінгі ұрпаққа жеткен.

«Үйрен де жирен» бағдарламасының «Сырмақ» туралы бөлімінде ұлттық ою-өрнектер түрлері туралы айтылады. Қазақ ұлтының сәндік қолданбалы өнерінде ою-өрнектің түрлері көп. Әрбір ою түрінің өзіндік символдық қызметі, мағынасы бар. Мысалы, қазақтың ертеден қолданылып келе жатқан ою түрі «қошқармүйіз» деп аталады. Қошқармүйіз оюы халықтың тұрмыс-тіршілігі, өмір-салтымен тығыз байланысты. Өз өмірлерін төрт түлік малсыз елестете алмаған халқымыз бір-бірімен кездескенде ең алдымен «мал-жан аман ба?» деп есендік сұрасқан. Бағдарламада қошқармүйіз оюы, қос мүйіз оюының танымдық мәні ашылады. Қошқармүйіз оюы қазақ халқында молшылықтың белгісі болып саналған. Бұл ою түрі халқымыздың тұрмыстық заттары мен киімінде, зергерлік бұйымдарында, киіз үй жабдықтарында бейнеленген.

«Үйрен де жирен» бағдарламасының тағы бір санында зергерлік бұйым түрі – сақина жасау туралы айтылады.

Шебер:

Ал, балалар менің шеберханама келдіңдер. Бұл менің жұмыс орным.

Зергерлік негізі өте қиын да қасиетті. Халқымыз қадірлеген бұл жұмысты. Ертеде бұны дүкен деп атаған. Ұстаның дүкеніне екінің бірі кіре алмаған. Әйел адамды да кіргізбеген. Сондықтан, сендер қасиетті жерге келіп отырсыңдар («Үйрен де жирен» бағдарламасы).

Расында, халқымыз зергерлік өнерді қасиетті деп санаған. Өйткені зергерлік өнер – өте нәзік, күрделі өнер. Зергерлік бұйымдар арқылы әр халықтың сыр сипатын, өнерге деген көзқарасын, ұлттық тағылымы мен қоршаған орта туралы таным-түсінігі берілген.

«Үйрен де жирен» бағдарламасының әрбір кезекті саны осы тәрізді балаларға ежелгі ұлттық салт дәстүрді, ұлттық мәдениетті таныстыруға бағытталады. Бұл бағдарламаларда балалар көптеген көнерген сөздермен танысып, олардың халқымыздың тұрмыс-тіршілігіндегі орнын, қолданылу тәсілдерін, салт-дәстүрге қатысын толық біле алады. «Үйрен де жирен» бағдарламасының «Жеті қазына», «Домбыра», «Білезік», «Ұлттық әшекей бұйымдар», «Құрақ көрпе», «Қобыз» деген тақырыптарға арналған екен.

Осы бағдарламада шашбау және білезік сияқты зергерлік бұйымдар да аталады. Шашбау мен білезіктің де танымдық мәні бар.

«Білезік» тақырыбына арналған бағдарламадан үзіндіде:

Біздің ана әжелеріміз білезікті тек сән үшін таққан ба?

Жоқ, Жандос, білезікті тек сән үшін тақпаған. Білезік буын ауруларының алдын алады, денсаулыққа пайдалы, әсіресе күмістен жасалған бұйымдар осындай ерекше қасиетке ие. («Үйрен де жирен» бағдарламасы) Білезікті көбінесе алтын мен күмістен жасаған. Жалпы, халқымызда білезікке қатысты да салт-дәстүр, жоралғылар бар. Мысалы, ертедегі әдет-ғұрыптардың бірі – жас жігіт өзі ұнатқан бойжеткенге білезік сыйлайтын болған. Егер қыз да жігітті ұнатса, сыйлықты қабыл алады. Бұл білезікке шынжыр арқылы екі жүзік тіркеледі. Мұндай білезік қыздың айттырған жігіті бар екенін білдіреді. Бұл білезік және жүзікке салынған ою өрнектердің де өзіндік танымдық мәні,

мағынасы болған. Екі жүзіктің біріне күн бейнесі, екіншісіне құсмұрын оюы өрнектелетін болған. Бұл өрнектердің мағынасы өмірі күндей ашық, жарқын, құстай ерікті, бақытты болсын дегенді білдірген. Бұдан байқайтынымыз, әрбір зергерлік бұйым, ою-өрнектің өзі халықтың тұрмыс-салтын, таным-түсінігін білдіре алады. Зергерлік бұйымдардағы ою-өрнектер әр түрлі мағына, белгілерді, адам ойын, арман тілегін, ризашылығын бейнелі түрде жеткізген:

Ұзатылған қыз ата-анасына өз жағдайын хабарлауы;

Білезіктегі оюдан қыз басының бос еместігі;

Құдағи жүзікте бейнеленген ою-өрнектер қыз ата-анасының жігіттің анасына ризашылығы,

Ұзатылған қыз жасауындағы өрнектерде әке-шешесі мен ағайын-туғандарының қызына тілеген арман, тілектерінің берілуі т.б.

Нұрғелді: Біз бүгін қандай сақина жасаймыз?

Шебер: Ал, Нұрғелді, бүгін біз ақтан сақина жасаймыз.

Нұрдәулет: Берік аға, ақ деген не?

Шебер: Ақ деген мына тас. Тастың аты ақ деп аталады. Бұл ең қадірлі мұсылмандар арасында бағаланатын тас, осыдан бүгін біз жұмыс жасаймыз. Біз осы жүзікке күмістен арнайы сынамасын жасаймыз. Оған өлшеп, мына күмісті, оған мыс қосамыз. Енді оны қайнатамыз, араластырамыз мыспен бірге.

Нұрғелді: Берік аға, осы мыс пен күмісті балқытқан соң, одан кейін не істейміз?

Шебер: Мына күміс пен мысты балқытқанда, күмістің құрамы қатаяды негізі. Таза күмістен 999 деген сынамасы болады, одан зат жасауға болмайды. Өйткені ол жұмсақ болады. Күмісті алып таптайды. Босатады. Әшекейлейді.

...Ал, Нұрғелді, жүзігің дайын! Игілігіне тақсын! («Үйрен де жирен» бағдарламасы).

Берілген мәтіндік үзіндіде ұлттық зергерлік бұйым түрі сақинаның түрлері, жасалу жолдары, сақинаға қатысты салт-дәстүрлер түсіндіріледі.

Шебер: Ал, балалар, мына зергерлік бұйымдарды көріп тұрсыңдар ма? Міне, шашбаулар, білезіктер. Кезінде әжселеріміз таққан. Сонау 100 жылдардан бұрын қыздарымыздың шаштары ұзын болсын деп шашбаулар таққан. Бәрі күмістен болған. Мына жез сақиналар болған. Бұрын бұл жез сақиналарды ел қорғаған жауынгер ер азаматтар қолдарына қылыш, найзаны ұстағанда таймас үшін таққан екен. («Үйрен де жирен» бағдарламасы. «Сақина» бөлімі)

Қазақ халқы күмістің қасиетін ерте кезден білген. Күмістің денсаулыққа пайдасы бар деп сеніп, күмістен жүзік, білезік тағып, күміс ыдыстан ас ішкен, сәби дүниеге келгенде күміс теңгеге шомылдырған. Бұл жоралғы жаңа туған баланың өмірі күмістей жарық болсын деген ырымнан туған.

Медиамәтіндерден тағы бір мысал келтірсек, «Баламен бетпе бет» бағдарламасынан үзінді:

Аяулым, менің білуімше, сен өте ақылды қызысың. Сен тақпақ білесің бе?

Маған тақпақ айтып берші.

Аяулым: Анам менің айым,

Қазандағы майым.

Осы анам болмаса

Не болады жайым?!

Жүргізуші: Өте жақсы! Рахмет, Аяулым! («Баламен бетпе бет» бағдарламасы).

Қазақ ұғымында әр отбасының тоқшылығы мен берекесінің белгісі болып қазан алынады. *Қазан* – әр отбасының күніне үш уақыт тамақ пісіріп ішетін ыдысы. Қазақ халқының ұғымында қазан береке-бірліктің, от басындағы ынтымақтың символы. Сонымен қатар, қазан – молшылықтың, құт-берекенің символы.

Н. Уәлиұлы қазанның символдық мәні туралы: «қазан мен қара мылтықтың» қасиетті жетінің қатарында айтылуы тегін емес. Қазанның құлағын қағу, қара қазан, сары бала, қазан төңкерту тәрізді сөз орамдары жайдан-жай айтылмаған» [119] деген тұжырым жасайды.

Академик Ә.Марғұланның пікірінше: «Қазан – шаңырақ сияқты бүтіндіктің белгісі. Ол құрыса ел де құриды. Оның үстіне қазанды қастерлеу – ерте кездегі темірге табынудың бір түрі. Тәуке халқының аңызында жолығатын қара қазан, қара мылтық алу – жаудан кек қайтару белгісінің ескі түрі. Тәуке жарғысы бойынша бұрын жауласқанда шаңырақ, қазан сындырып кек алудың орнына, енді оны сындырмай жәбір көрген жаққа сол нәрселердің өзін беріп тыныштық жасайды» [120, б. 18].

Қазанның символдық белгісі туралы С.Кенжахметұлы:

«Қазанның басқа да ыдыстарға қарағанда қазақ өмірі мен мәдениетінде алатын орны мүлде жоғары. Өйткені ол – күнделікті тіршілік құралы. Қазақ дастарханына түсетін тағамның барлығы да ең алдымен осы қазаннан өтеді. Халық жай ғана қазан демей, оны қара қазан деп қастерлеп айтады. Бұл жерде қара сөзі – қасиетті, киелі, берекелі деген ұғымды білдіреді. Ұлттық әлеуметтік тарихи оқиғаларда да қазанның алатын айрықша орны бар. Қазанын сындыру – отбасын ойрандаудың, қазанды төңкеру – аштықтың, масқаралаудың белгісі. Жеті жарғыда өлім жазасына кесілген адам жеті айып төлеп құтылса, оның біріншісі – қара қазан төлеуі деп аталған» [121, б. 128] – дейді.

Махамбет Өтемісұлы да елдің қамын ойлағанын, ел тоқтығымен берекесі үшін күреске шыққанын; «қара қазан, сары бала қамы үшін қылыш сермедік», - деп көрсетеді. Қай дәуірде де жауынгер қазақ халық қазанының қаймағы бұзылмауы үшін жорыққа шығып, ерлік таныта білген. Қазанға байланысты тоқшылықты, берекені білдіретін дәстүрлер де бар. Мысалы, жарысқазан ырымында босанатын әйелдің толғағымен жарыстыра қазанға тамақ қайнатады да, өмірге келер нәресте мен қазанды жарыстырады. Яғни, сәбидің өмірге тез келуіне тілекші ретінде қазан көтерген мұндайда ірку, мөлшерлеу, алу деген болмау керек. Қазан неше жерден қайнап, ет неше жерден бір-бірімен жарыса асылып жатуы керек. Ұлтымыз қазанды береке, молшылық символы ғана емес,

ғарыш ортасы ретінде де таныған. Яғни қазан өмірдің бастау көзі, жаратылыстың бастауы символын да атқарады. Қазақ ұғымындағы қазанның осындай символдық мағыналарына орай, тілімізде көптеген тұрақты тіркестер мен мақал-мәтелдер қалыптасқан. Оған «қазаншының еркі бар, қайдан құлақ шығарса», «бақыр қазан қайнаса, бәріміздің бағымыз», «қазаны басқаның қайғысы басқа», «қазансыз алтын ошақтан, қара сулы мосы артық» т.б. тұрақты сөз орамдары мен мақал-мәтелдер айғақ болады. Символды белгілі бір ұғымды бейнелейтін ұлттық код деп танымыз. Ұлттық код – халықтың өзіне ғана тән тарихи қалыптасқан мәдени болмысы. Символдар ұлттың дүниетанымына катысты сан түрлі ақпараттарды бойына сақтап, ұрпақтан-ұрпаққа жеткізуші.

«Үйрен де жирен» бағдарламасында «Торсық» тақырыбында қазақ халқының ұлттық ыдыс түрі – торсықтың жасалуы баяндалады:

Қазақ халқы ежелден мал өсіріп, көшпелі өмір сүрген халық. Көшпелілер ұғымында ыдыс – аяқ түрлері материалдық игіліктің бірі ретінде молшылық – тоқшылық, ырыс – берекенің көзі деп есептеген. («Үйрен де жирен» бағдарламасы. «Торсық»)

Қазақ танымында торсық та – молшылықтың, тоқшылықтың символы. Шоқан Уәлихановтың «XVIII ғасырдың батырлары туралы тарихи аңыздар» еңбегінде жорық жағдайы үшін арнайы әзірленген ас туралы мынадай жолдар келтіреді: «Ресейден қашқан торғауыттардың ізіне түскен қазақ қолы дамыл жасап, жорық қазандарында сүрленген жылқы етін пісіріп, су құйылған торсықтарда құрт жібіткен. Бір сөзбен айтқанда, осылайша күндік асын талғажау етіп, күш жинайды» [114, б. 54].

Торсық – Орталық Азиядағы түркі халықтарының қымыз, шұбат, іркіт құюға арналған ежелгі ыдысы. Мұны, әсіресе, қырғыз, қазақ, түрікмен, қарақалпақ халықтары пайдаланған. Жалпы торсықтың түрлері көп. Олар шимайторсық, өркешторсық, мүйізторсық, жанторсық т.б. Торсық тігілетін терінің шел майы мен көк етін тазартып, түгін тықырлап қырады. Иленген теріні белгілі пішінге келтіріп пішеді де, шуда жіппен жөрмеп тігеді. Торсықтың бүйірі дөңгелек, мойны жіңішке әрі ұзын болып келеді. Оның аузына ағаш тығын тығады. Тығыны жоғалып қалмау үшін қайыстан бау өткізіп, оның бір ұшын торсықтың мойнына бекітіп қояды.

Әдетте дәстүрлі қазақ қоғамы торсықты түйенің, бұғының, өгіздің мойын терісінен жасаған. Жүні жидітілген теріні қалыпқа салып пішеді де таспамен тігеді. Торсықты саба сияқты қарағайдың бүрімен немесе арша, тобылғымен ыстайды. Қазақ қауымы торсықты тарамыспен тіккен. Ал тарамыс дегеніміз жылқының сіңірінен есіп жасалатын жіп. Ол өте берік және төзімді жіп. Тарамыс тігілгеннен кейін ісініп тесіктерді бітеп тастайды.

Бағдарламаны көру барысында балалар торсықтың не екенін біліп, оны жасау әдісімен танысып қана қоймайды, ұлтымыздың тұрмыс-тіршілігіндегі ролін, символдық мағынасын біле алады.

Балаларға арналған медиамәтіндерде ұшырасатын осындай символ сөздер балалардың дүниетанымын арттырып, сөздік қорларын байытады, оларды

астарлы ойды түсіне білуге үйретіп, ұлттық құндылықтарды бағалауға тәрбиелейді. Сонымен қатар, бұл символдардың астарында ұлттың танымы, тарихы, мәдениеті, болмыс-бітімі, дүниеге көзқарасы сияқты ақпараттар жасырылған.

Медиамәтіндердегі мақал-мәтелдердің танымдық қызметі.

Мақал-мәтелдер – кез келген тілдің сөздік қорында маңызды орын алатын, халықтың ұлттық болмысы, тұрмыс тіршілігі, дүниетанымы туралы мол мәлімет беретін ерекше жанр. Мақал-мәтелдер ұлттық тілдің өткені мен бүгінін саралап, зерделеуге септігін тигізеді.

«Адам санасындағы тарихи өзгерістердің барлығы дерлік, мәдениеттің дамуы мен білім, танымның өсуімен тілдің лексикалық жүйесінде көрініс табады. Антропологиялық лингвистика қоршаған шындықты әр тіл қалай бейнелейді деп, тіл арқылы көрінетін таным мен мәдениетке қызығушылық танытады және осыдан тілдің жеке және жалпы ойлауға әсері туралы дәлелдер іздейді. Бұл антропологиялық лингвистиканың бастау нүктесі болып табылады» [122] – деген пікірге сүйенетін болсақ, мақал-мәтелдер де халықтың сонау ғасырлардан келе жатқан таным-түсінігін бере алатын когнитивті бірліктердің қатарына жатады. Мақал-мәтелдер ұлттық дүниетанымды білдіретін дайын тілдік код ретінде ұлттық болмыстың тұжырымдамалық категорияларын таныта алады. Қазіргі лингвистика ғылымындағы паремиологиялық зерттеулер антропоэлекті парадигма аясындағы ғылыми бағыттармен сәйкес келеді. Қазақ тіл білімінде зерттеулер паремиялық бірліктерді коммуникативті, прагматикалық, когнитивті, этнолингвистика, лингвомәдени т.б. бағыттарда қарастыруға бет бұрды. Тілдегі паремиологиялық жүйені лингвистикалық зерттеулердің қатарында қазақ мақал-мәтелдерін типологиялық, салыстырмалы тарихи, салғастырмалы, лингвомәдени бағытта зерттеулердің қатарында қарастырған М. Мұқәддәс, А. Анипина, Ж. Рсалиева еңбектерін, мақал-мәтелдердің құрылымын, семантикасын, когнитивті, прагматикалық ерекшеліктері мен коммуникативтік қызметін және мақал-мәтелдердің прагмакогнитивтік аспектісін зерттеген Б.Б. Динаева, Г. Қарсыбекова, Ж.Исаева т.б. ғалымдардың зерттеу мақалаларын атауға болады. Бұдан шығатын қорытынды, мақал-мәтелдер қазіргі тіл білімінің сан салалы бағыттарында жан-жақты зерттелуде.

Балаларға арналған медиамаәтіндерде кездесетін мақал-мәтелдерді мынадай тақырыптық топтарға жіктеуге болады:

- Оқу, өнер, білім тақырыбындағы мақал-мәтелдер;
- Отанды, туған жерді, өскен елді, атамекенді сүю тақырыбындағы мақал-мәтелдер;
- еңбек тақырыбындағы мақал-мәтелдер;
- ынтымақ, бірлік, татулық туралы мақал-мәтелдер;
- достық, жолдастық туралы мақал-мәтелдер;
- адамгершілік, жақсы-жаман мінез туралы мақал-мәтелдер.

Зерттеу барысында телебағдарламалардағы мақал-мәтелдердің басым көпшілігі оқу білім және тәрбие тақырыбына арналғандығын байқадық.

«Жеті жұрттың тілін біл, Жеті түрлі білім біл» («Алтын сақа»), «Наданмен дос болғанша, Кітаппен дос бол» («Қуыр-қуыр, қуырмаш»).

«Білегіңе сенбе, біліміңе сен». «Білім арзан, білу қымбат» («Алтын сақа»), «Екпей егін шықпас, Үйренбей білім жұқпас» («Үйрен де жирен»). «Ақыл – тозбайтын тон, Білім – таусылмайтын кен» («Алтын сақа»), «Білек сүріндіре алмағанды, Білім сүріндіреді» («Алтын сақа»), «Білегі күшті бірді жығады, Білімі күшті мыңды жығады» («Әжемнің ертегісі») деген мақал-мәтелдер ұлттың танымдық ерекшелігін айқын сипаттаумен қатар, тәрбиелік, тәлімгерлік рөл де атқарады. Адам бойындағы барлық қасиеттер мен мінез-құлықтың нағыз адам табиғатына сай өсіп жетілуіне бағыт-бағдар бере отырып, кемел тұлға қалыптастыруға өз септігін тигізеді.

Кез келген халықтың мақал-мәтелдерінен сол халықтың өзіне ғана тән ұлттық ерекшелігін, дүниетанымы мен ой-санасын, тұрмыс-тіршілігін, тәлім-тәрбиесін байқаймыз. Мақал-мәтелдерден халықтың бейнелі ойлауы, даналығы мен ұлттық танымын көреміз. Мақал-мәтелдер – сан ғасырлардан бізге жеткен, ата-бабаларымыздың өмір тәжірибесі, ауыз әдебиетінің баға жетпес мұрасы, сарқылмас қазынасы.

Әр халықтың жүріп өткен тарихи жолы – ұлттық тарихын, қалыптастырған дәстүрі мен салты дүниетанымдық ерекшелігі мен дара мәдени келбетін жасайды. Ұлттық мәдениет пен ұлттық болмыс, қоғамдағы өзгерістер мен жаңалық атаулының бәрі тілде көрініс табуы заңды құбылыс.

Ұлтымыздың сан ғасырлардан жинақталған тағылымын, дүниетанымын, ұлттық болмысын көрсететін паремиялық бірліктер ұлттық ерекшеліктерімізді танытатын танымдық ақпараттық деректерге толы. Мақал-мәтелдер халықтың дүние туралы танымы мен түсінігін, тыныс-тіршілігін, тұрмыс-салтын, ұлттық болмыс-бітімін бейнелейді. «Еркетай» бағдарламасынан алынған медиамәтіннен үзінді келтіре кетейік:

«Оқу – білім азығы, білім – ырыс қазығы» деген. Кітап оқуды әдетке айналдыру үшін күніне 1 сағат уақытыңызды бөліңіз.

«Күш – білімде, білім – кітапта». Барлық еркетайларды Кереева көшесінде орналасқан балалар кітапханасына кітап оқуға шақырамыз! («Еркетай бағдарламасы» 2020 жыл). Телебағдарламаларда ұшырасатын осы тәріздес мақал-мәтелдерде халық даналығы, ұлттық дүниетаныммен халықтың оқу-білімге, еңбекке, өнерге деген көзқарасы танылады.

«Еріншектің ертеңі бітпейді» («Қуыр – қуыр, қуырмаш»); «Өнерлінің қолы алтын, өлеңшінің сөзі алтын», «Шебердің қолы көпке ортақ» («Үйрен де жирен» бағдарламасы»), «Ата өнері балаға мұра» («Үйрен де жирен» бағдарламасы»), «Қол өнері кілемде, сөз өнері өлеңде» («Үйрен де жирен» бағдарламасы»), «Шеберді шеге қағысынан таны» («Үйрен де жирен» бағдарламасы»), «Оймақ пішсең де, ойлап піш» («Үйрен де жирен» бағдарламасы»), «Өнерлі өрге жүзеді» («Үйрен де жирен» бағдарламасы»).

Халқымыз ежелден еңбекқорлықты бағалап, ұрпағын кәсіпке, еңбексүйгіштікке тәрбиелеген. Мақал-мәтелдер ұрпақ тәрбиесі жөнінде өзінен бұрынғылардың еңбекқорлық, моральдық-психологиялық, кәсіптік-шаруашылық ой тұжырымдарын шоғырландырып, халық тәжірибесін сөз қазынасы ретінде қалдырып отырады.

«Болам деген баланың бетін қақпа, белін бу» («Үйрен де жирен»), «Жақсыдан үйреніп, жаманнан жиренейік» («Үйрен де жирен»),

«Үмітсіз – сайтан» («Әжемнің ертегісі»),

«Той десе қу бас домалайды» («Әжемнің ертегісі»).

Осыған қарап, көшпенділердің сонау ерте дәуірден-ақ қоршаған орта мен адам жан дүниесінің қалтарыстарын терең меңгеріп, иірім қойнауларына терең бойлап, әрі оны ақылмен байыптай қорытып түсіндіре алғанын байқаймыз. Мақал-мәтелдер белгілі бір шешіммен істің дұрыстығын анықтайтын логикалық қызметтің эталоны тәрізді адамның ой-әрекеттерінде маңызды рөл атқарып отырды. Қазақ мақалдары аңшылыққа, егіншілікке, өнерге, оқу-білімге байланысты болып келеді. Балаларға арналған медиамәтіндерде әсіресе өнер білімге, еңбекке байланысты мақал-мәтелдер көптеп қолданылып, ұлтымыздың өткен өмірінен, мәдениетінен, өнерге деген көзқарасынан ақпарат береді.

Медиамәтіннен үзінді:

- *Айтпақшы, балалар, сендер ою туралы мақал-мәтелдер білесіңдер ме?*

- *Ою ойғанның ойы ұшқыр.*

- *Жарайсың!*

- *Жандос, мен сені енді тентек демеймін, тапқыр деймін.*

- *Рақмет, Айдос!*

- *Ал, мен мынадай мақал білемін: Ою ойған сызу да сызады* («Үйрен де жирен» бағдарламасы, 2020 жыл). Үзіндідегі мақал-мәтелдер еңбекқорлыққа тәрбиелейді, сонымен қатар, ұлттық өнердің бір түрі болып табылатын ою-өрнек жасау туралы мәлімет беру арқылы халықтың тұрмыс-тіршілігінен, салт-дәстүрінен хабар беретін лингвомәдени бірліктер берілген.

- *Өнер сыры – өрнекте деген рас. Қараңдаршы мына ою қоржынымызды қалай безендіріп жіберді.*

- *Әрқашанда жақсылардан үйренейік!*

- *Ал жаманнан жиренейік!*

- *Көріскенше, достар!* («Үйрен де жирен» бағдарламасы, 2019 жыл).

Өнерді, еңбекті бағалаған халықтың көзқарасы мақал мәтел арқылы өрнектелген. Ұлттық код халықпен бірге жасасып, бүгінгі күнге дейін маңызын жоймаған, ұлттық болмысты ұрпақтан-ұрпаққа жеткізуші мақал-мәтелдер мазмұнында сақталған. Балаларға арналған телебағдарламалар мәтініндегі мақал-мәтелдерді жинақталған ақпараттарды ұлттық код ретінде қарастырудың маңызы зор. Мақал-мәтелдер – халықтың түп-тамырынан қазіргі кезге дейінгі тіршілігі, қазақ халқының генезисі, ұлт болып қалыптасу және даму тарихынан хабар беретін ақпарат көздерінің бірі.

Қазақ халқының сан ғасырлар бойы ұрпақтан-ұрпаққа екшеліп, сұрыпталып, мирас ретінде сақталып келе жатқан асыл қазынасының бірі – мақал мен мәтелдерді танымдық ақпараттық құрал ретінде тануға болады. Мақал мен мәтел жай айтыла салған сөз емес, ол қысқа болса да нұсқа, мағынасы мейлінше терең, қоғамдағы барша салаға ортақ, әмбебап құбылыс. Мақал-мәтелдер арқылы халықтың мәдениеті мен болмысын, тұрмыс-тіршілігі мен этникалық талғамын, бір сөзбен айтар болсақ, адам өмірінің өткені мен бүгінін танып білуге, айқындауға болады. Мақал-мәтелдер адам өмірінің барлық салаларын қамтиды. Қазақ халқының мақал-мәтелдерін алғаш рет ел аузынан жинап, жазып қалдырға ғалым Ш.Уәлиханов: «Қазақ мақалдары ықылым замандағы көріністі, сенімді айқындай түсетін құрал ретінде пайдаланылады» [114, б. 122], – деп жазды.

Халықтың өткен тарихы, оның тілінің дамуы мен өмір сүру формалары, елдің қоғамдық-саяси құрылымы, тұрмыс-тіршілігі, дәстүрі мен салты, географиялық жағдайы, кәсібі, отбасылық құндылықтары мен жалпы рухани мәдени әлемі осы мақал-мәтелдерде өз ізін қалдырып отырады. Мақал-мәтелдер халықтың рухани және әлеуметтік өмірімен тығыз байланысты туындайды.

Мақал-мәтелдердің бойында халықтың өткен тарихы, төл мәдениеті, ұлттық мінезі, танымы мен талғамы, сенімі мен нанымы, салты мен дәстүрі, даналығы, тәрбиесі мен түсінігі жатыр. Сондықтан да, мақал-мәтелдің жалғастығын сақтай отырып, ұлттық кодты жаңғыртуға болады.

Ә. Қайдар: «Мақал-мәтелдер – халықтың атам заманғы өткен өмір-тіршілігі мен бүгінгі болмысын болашағымен жалғастыратын «алтын арқау», олар – рухани, мәдени салт-дәстүрді жалғастырдың, адамдар санасында, қоғам жадында, тілінде, ділінде сақталуының бірден-бір кепілі. Бұл қазына байлықтан айырылған этникалық қауым – өзінің өткен өмірінен айырылады деген сөз, ондай қауымның болашағы да жоқ» [123, б. 117], – дейді. Мақал-мәтелдердің бойында этнос болмысына, оның рухани-мәдени әлеміне, дүниетанымына, наным-сенімі мен салт-дәстүріне ақпараттар жинақталғандықтан, олар белгілі бір ұлттың табиғатын тануға үлкен үлес қосады.

«Ат – ер қанаты» («Үйрен де жирен» Жеті қазына), «Алтын ерің атқа тисе, алтынын ал да отқа жақ» («Үйрен де жирен» Ертоқым жасау). Төрт түлік мал ішінде қазақ танымында жылқының орны ерекше. Халқымыз жылқы малын ерекше қастерлеген. Қазақ мақал-мәтелдері ұлтымыздың рухани өмірімен, әлеуметтік, шаруашылық тұрмысымен тығыз байланысты. Өмірін төрт түлік малсыз елестете алмаған халқымыз оны мақал-мәтелдері арқылы жеткізген.

Кез келген ұлттың болмысында көптеген ғасырлардан бері қалыптасқан халықпен бірге жасасып келе жатқан өзіне тән әдет-ғұрыптары, наным сенімдері мен ырым-тыйымдары, өмір сүру формулалары болады. Қазақ халқы да сан ғасырлар тұрмыс-тіршілігінде өзіндік өмір сүру қағидаларын қалыптастырып, ата-баба дәстүрлерін қастерлеп, тілі арқылы ұрпақтан ұрпаққа аманат қып жеткізіп отырған.

Балаларға арналған телебағдарламаларда кездесетін «*Ата көрген оқ жонар, Ана көрген тон пішер*», «*Ата салтың – халықтық қалпың*» («*Үйрен де жирен*») бағдарламасы т.б. мақал-мәтелдер салт-дәстүр, әдет-ғұрып ұғымдарына қатысты айтылған. Қазақ қашан да өзінің ата дәстүрін қастерлеп, қасиет тұтқан халық. Мұндай мақал-мәтелдер ұлтымыздың атадан қалған төл мәдениетінен ақпарат береді.

Қазақ паремиологиясының бастауы Орхон-Енисей жазба ескерткіштерінен басталады. А. Нұрмаханов: «Орхон-Енисей жазба ескерткіштерінің тілі өткір әрі ұтымды, өз кезінің ұраншысы да, уағыздаушысы да болған көсем тілдің өрнекті сөз толғамдарын өзіне мықты арқау еткен», – дей келе, мынадай мысалдар келтіреді: «Өлімнен ұят күшті», «Ел қамын жеген ер – басшы», «Жауынды – басындырма, халқынды – ашындырма» мақалдарын байқаймыз.

Мақал-мәтелдердегі ұлттық код халқымыздың әдеби мәдени құндылықтары арқылы танылады.

Балаларға арналған телебағдарламаларда ұшырасатын «*Ұяда не көрсең, ұшқанда соны ілерсің*» («Еркетай» бағдарламасы) деген мақал халқымыздың дүниетанымындағы отбасы құндылығының айқындайды. «Ошағың сөнбесін», «отбасы ошақ қасы» деген сөз орамдары қазақ халқының ошақты қасиет тұтқандығын аңғартады. От, ошақ, қара қазан, шаңырақ деген ұғымдар қазақ халқы үшін ең киелі, қастерлі ұғымдар. «Отқа май құю» дәстүрі отқа сыйыну сияқты ескі діни сенімге байланысты туындаған тұрақты тіркестер кейін келе отбасы құндылығы ұғымымен астасып, жаңа мән-маңызға ие болған. Тәлім тәрбие құралы болған мақал-мәтелдер халық танымын, дүниеге көзқарасын, тұрмыс-тіршілігі мен салт-санасын қамтиды. Сонымен қатар, мақал-мәтелдерден қазақ ұлтына тән мінез-құлықты, ұлттық тәрбие мен ұлттық психологияны байқауға болады. Бір сөзбен айтқанда ұлттық әлемнің тілдік бейнесі мақал-мәтелдерде көрініс тапқан.

Қазақ халқының танымындағы негізгі құндылықтардың бірі – сыйластық, үлкенді сыйлау, кішіге қамқор болу. Осыған байланысты телебағдарламалар тілінде «*Үлкенге құрмет, кішіге ізет*», «*Үлкенге сәлем бер, Кішіге қалам бер*», «*Көпті сыйлағаның – өзіңді сыйлағаның*» («Еркетай» бағдарламасы) мақал-мәтелдер қолданылады. Халқымыз ағайын-туыстың татулығына баса мән берген. Мұсылмандықты ұстанған қазақ халқының танымында ағайын-туыстан алыстау, олармен байланысты ұзу күнә болып есептеледі. Осындай мақал-мәтелдер халықтың бет бейнесін, мәдениетін, ұлттық табиғатын аңғартады. Сондықтан, қазақ мақал-мәтелдерінде береке, бірлік, ынтымақ туралы көп айтылады.

Медиамәтіндерде кездесетін «*Бірлік болмай, тірлік болмас*» («*Үйрен де жирен*»), «*Төртеу түгел болса төбедегі келеді*» («Алтын сақа») тәрізді ұлтымыздың болмысын танытатын мақал-мәтелдер халықтың ғасырлар бойғы қалыптасқан ұлттық мәдениеті мен мінез-құлқынан хабар береді.

Г. Смағұлова «Паремиядағы гендерлік мәселелер» атты мақаласында: «Өзегінде ұлттық тарихи даму, өзіндік менталитет, ұлттық реалия, ұлттық бітім-болмыс, ұлттық стереотип, эталондар жүйесінің ізі бар мақал-мәтелдер белгілі бір халықтың бүкіл өмірі, тұрмыс-тіршілігі мен өмір тәжірибесінен мол мағлұмат берер мәдени ақпарат көзі саналады» [124, б. 198], - дейді.

Отбасы құндылықтарын бағалау халқымыз үшін отбасы қасиетті ұғым болғандығын көрсетеді. Ұлттық код отбасы тәрбиесінен басталады. Қазақ ұғымында отбасы сыйыластықтың, қамқорлықтың, мейірімділіктің ошағы. Отбасын құрметтеуге тәрбиелеу Отанды сүйуге апаратын жол болып саналады. Сондықтан халық даналығы «*Отан отбасынан басталады*» деп отбасы тәрбиесінің маңызын түсінген. Қазіргі телебағдарламалардағы Отан, туған жер туралы мақал-мәтелдер – бүгінгі ұрпақтың Отанға деген сүйіспеншілігін арттыруға, атамекенін сүйуге, елін, жерін құрметтеуге тәрбиелеу құралы.

«Туған жер алтын бесік» («Алтын сақа» бағдарламасы),

Мақал-мәтелдерде халықтың тұрмыс-тіршілігін, өмір салтынан ақпарат беріліп, ұлттық мінез-құлқы, болмысы философиялық тұрғыда бейнеленеді. Қысқа ғана айтылған ойда терең философиялық мән жатады. Мақал-мәтелдердің танымдық табиғатын зерделеу арқылы ұлттың дүниетанымы, когнитивті ойлау жүйесі, түсінігі туралы мол мәлімет аламыз. Халықтың өмірінен, салт-дәстүр, әдет-ғұрпынан, мәдениеті мен тарихынан ақпарат беретін мақал-мәтелдер ұлттық менталитеттің тілдік көрсеткіші болып табылады. Ұлттың рухани кеңістігі оның мәдени, тарихи өмірін бейнелейтін тілі арқылы көрініс табатыны белгілі. Әлемнің тілдік бейнесін түзетін мақал-мәтелдер ұлттық болмыстың, менталитеттің тілдік көрсеткіштері болып отыр. Медиамәтіндердегі мақал-мәтелдерді антропоөзекті бағыт аясында зерделеу олардың ұлттық код ретіндегі сипатын ашуға ықпал етеді.

В. фон Гумбольдттың: «Халықтың тілі барда оның рухы бар, халықтың рухы барда оның тілі бар, ал өзіме осыларға тең келетін нәрсені елестету қиын» [96] деген тұжырымы осы ойымызды дәлелдей алады.

Мақал-мәтелдер, фразеологизмдер «XXI ғасыр көшбасшысы» бағдарламасында да беріледі:

Мысалы:

Білім көзі (кітап).

«... түбі сары алтын» (сабыр).

Фразеологизмді қалпына келтіріңіз: «жігерлі ... ету» (әрекет). («XXI ғасыр көшбасшысы»).

Бұл бағдарлама жас жеткіншектердің қазақ тілінен сөздік қорын ғана емес, білімін де тексереді. Берілген медиамәтінде терминдер, мақал-мәтелдер, фразеологизмдер ұшырасады.

Мақал-мәтел туралы Ахмет Байтұрсынұлы: «Мақал да тақпаққа жақын салт-санасына сәйкес айтылған пікірлер. Тақпақтан гөрі мақал маңызы шын келеді. Мәтел дегеніміз кесегімен айтылатын белгілі-белгілі сөздер. Мәтел мақалға жақын болады. Бірақ мақал тәжірибеден шыққан ақиқат түрінде

айтылады. Мәтел ақиқат жағын қарамай, әдетті сөз есебінде айтылады» [90] - деп түйіндейді. Тіліміздегі мақал-мәтелдердің балаларға беретін тәрбиесі ұшан теңіз. Әр мақалдың астарында жатқан терең мағына олардың білімін арттырып, дүниетанымын кеңейтеді. Медиамәтіндердегі мақал-мәтелдер тәрбиелік мақсатпен қатар балалардың дүниетанымын, ұлттық санасын қалыптастыруға қызмет етеді. Мақал-мәтелдер сол заманның дәуірлік сипатын, халықтың санасын, дүниеге көзқарасын, өмір тәжірибесін бейнелейді. Соған қоса мақал - мәтелдер халықтың ақыл-ойының, сөз байлығының, әрбір ойды бейнелеп, көркемдеп жеткізуінің үлгісі болып табылады. Халықтың ғасырлар бойғы өмір-тіршілігіне тікелей куә болып келе жатқан мақал-мәтелдер – сол халықтың дүниетанымы, тұтастай болмыс-бітімі, табиғаты, тәлім-тәрбиесі мен әлеуметтік тыныс-тіршілігі, материалдық және рухани әлемі, жалпы тарихи қалыптасуы жайлы ақпараттардың жиынтығы.

Қорыта келгенде, медиамәтіндердің ұлттық танымдық сипатын талдай келе, мынадай тұжырымға келеміз: балаларға арналған медиамәтіндердегі ұлттық танымды білдіретін когнитивтік бірліктер ретінде символдар, мақал-мәтелдер, жұмбақтар мен фразеологизмдерді жатқызуға болады.

Балаларға арналған медиамәтіндердегі когнитивтік бірліктердің тілдік репрезентациясы символдар мен фразеологизмдердің, концептуалды метафоралардың, мақал-мәтелдердің, жұмбақтардың танымдық қызметі арқылы айқындалады. Символ өзінің образдылық, архетиптілік, уәжділік, ұжымдық қабылдау және түсіну, диахрондылық сияқты белгілерімен сипатталды. Балаларға арналған медиамәтіндердегі осындай символдар балалардың дүниетанымын арттыруға септігін тигізеді, сөздік қорларын дамытады. Медиамәтіндердегі когнитивтік бірліктер ұлттық дүниетанымды бала санасына сіңіруге, астарлы ойды тани білуге, ұлттық құндылықтарды бағалауға үйретеді.

2.3 Медиамәтіндердегі «Балалық шақ», «Туған жер», «Достық» концептілерінің метафоралық моделдері мен вербалды ассоциативті өрісі

Концепт – адам тәжірибесіндегі идеалды түсініктің ең кішкене бірлігі. Белгілі бір мәдени болмыстың негізгі ұясы.

Зерттеулерде концепт пен ұғым түсініктерінің аражігі ашылмай, тіпті олар синонимдес ұғымдар ретінде қарастырылады. Бірақ ұғым мен концепт бір нәрсе емес. «Ұғым белгілі бір объектінің танылған аса мәнді белгілерінің жиынтығы болса, концепт – мазмұн межесі жағынан объект туралы барлық білімнің жиынтығы, ал тұрпат меже тұрғысынан тілдік бірліктердің (лексикалық, фразеологиялық, паремологиялық т.б.) құралдардың жиынтығы болып табылатын ментальды, ұлттық ерекшеліктерді танытатын құрылым» [125, б. 42].

Ю.С. Степановтың анықтамасы бойынша: «Концептің ұғымнан айырмашылығы ол тек қана ойланып қана қоймайды, сонымен қатар, уайымдалады. Олар – жағымды, жағымсыз сезімдердің, кей кездері қарама–

қайшылықтардың нысаны» [126, б. 49]. Ал З.Д. Попова пен И.А. Стернин концептіні «ойлаудың орталық бірлігі болып табылатын және коммуникация үдерісі кезінде белгілі бір сөйлеу амалдары арқылы вербалданатын кешенді ойлау бейнесі» [127, б. 134] деп түсіндіреді. Концепт туралы ғалымдардың пікірлерін саралай келе, концептіні көпқырлы мәдени менталды тілдік құбылыс деп тануға болады.

Қазақ тіл білімінде Ш.К. Жарқынбекова, А.Ә. Әмірбекова, М. Байғұтова, М. Күштаева т.б. ғалымдар концептіні лингвомәдениеттану бағыты аясында қарастырады.

Ш.К. Жарқынбекованың түсіндіруінше: «концепт шындықты, сыртқы әлемді тануды бейнелейтін өнім ретінде кешенді, құрылымдалған, ментальды, мағыналық жасалым. Ол белгілі бір тілдік формада мағыналық, образдық және құндылықтар тізбегінен тұрады» [128, б. 18].

М.Г. Күштаева «Тары концептісінің семантикалық құрылымы мен лингвистикалық мазмұны» атты диссертациялық жұмысында: «концепт адамзаттың, халықтың, ұлттың ойлау өрісі мен дүниетанымын танып түсінуге мүмкіндік береді. Сонымен бірге, концепт белгілі бір мәдениетті танудың кілті болып табылады, яғни концептіге ұлттық сипат тән» [129, б. 7] деген тұжырым айтады.

А. Әмірбекова «Концептілік құрылымдардың поэтикалық мәтіндегі вербалдану ерекшелігі» тақырыбындағы зерттеуінде: «Концепт тұлғаның өзіндік таным стилін анықтайды. Концепт – адам тәжірибесіндегі идеалды түсініктің ең кішкене бірлігі. Ол – білімді тарату, сақтау және өндеудің негізгі бірлігі. Белгілі бір мәдени болмыстың негізгі ұясы» [130, б. 9] – деп пайымдайды.

Ғалымдар концептілердің метафизикалық, ұлттық мәдени және эмоционалды түрлерін анықтайды. Метафизикалық концептілерді ақиқат және бейақиқат әлемдегі абстракцияның, жоғары дәрежедегі құндылықтарын білдіретін менталды мазмұн деп танымыз.

Ұлттық мәдени концептілерге белгілі бір ұлттың танымында жүйеленіп, сол ұлтқа тән мәдени құндылықтарды бейнелейтін концептілер жатады. Қазақ ұлтына тән ұлттық мәдени концептілерге дала, домбыра, шаңырақ т.б. концептілерді атауға болады.

М. Күштаева ұлттық концептілерге: «Мәдениеттің бір элементі, онымен қатар оны түсінудің кілті. Олар мәдениетті өз ішінен ұғынуға көмектеседі. Бұл сөздердің жаңа мағыналарының пайда болу механизмдері арқылы ұлттық мәдениеттің даму қалпын, оның қазіргі өмірдегі жай-күйін білеміз» [129, б. 28], деген анықтама беріледі. Ұлттық мәдени концепт ұлттың рухани және материалдық мәдени құндылығының қасиетін санада ақпараттармен жүйеленген тілдік бірліктер арқылы ерекшелеп көрсететін концепт түрі болып табылады.

Эмоционалды концептілер ақиқат дүниелерді адам санасындағы эмоционалды, аффектілі көңіл күй арқылы, ішкі сезім арқылы танытады.

А. Әмірбекова тілдік концептілерді әр түрлі ассоциативтік түсінікте танылу деңгейіне сәйкес контраст концептіге және калейдоскоптық концептілер деп жіктейді.

Тілдегі кез-келген тілдік бірлік, лексикалық мағыналы сөз белгілі бір концептіні танытуға қатыса алады. Ал кез келген ұғымды концепт деп тани алмаймыз. Белгілі бір мәдениетті танытатын, жалпыадамзаттық, жалпыұлттық, жалпыхалықтық құндылықты танытатын ұғымдар және автор үшін маңызы зор болып саналатын күрделі ұғымдарды концепт ретінде танымыз.

«Концепт ұқсас заттар мен құбылыстардың ұқсастық дәрежесі. Олардың бойындағы белгілері мен қасиетіне байланысты екі объектінің де ортақ белгісі концепт қалыптастыруға негіз болады» [130, б. 23].

Концепт – ақиқат дүниенің мәдени бейнесі. Демек, белгілі бір ұлттың не адамның мәдени танымы сол кезеңінің мәдениетін көрсете алады.

Бұдан шығатын қорытынды, концепт дегеніміз – ұлттық дүниетанымның тілде көрініс тапқан ықшам да терең мағыналы бөлшегі. Әрбір ұлттың дүниетанымдық құндылықтары концепт жүйесін құрайды. Концептілер өзара тығыз байланыста болады және бір-бірінен туындап отырады.

Ұғым мен концептінің бір-бірінен өзіндік айырмашылықтары бар. Ұғымға карағанда концептінің құрылымының аясы біршама кең. Тіл білімінде «концепт» ұғымы кең мағынада қолданылады. Концепт дегеніміз – адамның өмірлік тәжірибесі мен ұлттық тәжірибедегі бейнелер жиынтығы.



Сурет 4 – Концепт түрлері

Концептілер адам санасында белгілі бір концептілік жүйе негізінде қалыптасады. Тілдік көрінісіне қарай концептілерді фрейм (қарапайым форма),

скрипт (күрделі форма), сценарий (оқиғалы форма), схема (сызбалы форма), ойсурет (бейнелі форма) деп жіктеледі.

Фрейм – концептілік жүйенің қарапайым құрылымдық формасы. Ол концептінің ең жақын ассоциативтік және стереотиптік таңбалары арқылы беріледі.

Схема (сызба) – концептінің графикалық немесе сызықтық таңбалар арқылы берілген формасы. Когнитивтік санадағы ақпаратты бір құрылымда таныту тәсілі болып табылады.

Сценарий – фрейм тармақтарының төңірегіндегі оқиғалар мен жағдаяттар жүйесінен құралған концептінің күрделі түрі.

Скрипт – концептілік құрылымының бір типі. Скрипт құрайтын негізгі элемент – фрейм.

Ойсурет дегеніміз концептінің ең күрделі формасы. Ойсурет – концепт құратын элементтерді санада метафоралау, суреттеу тәсілі.

Гештальттер көпқұрылымды, тұтас функционалды саналық құрылым болып табылады. Қ. Жаманбаева: «Гештальт – образ, форма» [89] деген анықтама береді. Б. Хасанұлының берген түсініктемесінде «гештальттар – сценарийлер, фреймдер, нобайлар, көріністер белгілерінің тіркесі».

Бірқатар зерттеушілер мәдени концептілерді өз ішінде базалық және ұлттық концепт деп жіктейді (Андронов, Ж.Саткенова). Бұл ғалымдардың жіктеулері бойынша базалық концептіге жалпыадамзаттық құндылықтарды танытатын мәдени концептілер жатса, жеке бір халықтың өзіне тән мәдени ерекшелігін, ұлттық болмысын көрсететін концептілер ұлттық концептілер деп танылады.

Мысалы, қазақ халқының өзіндік ұлттық бейнесін, мәдениетін танытатын *шаңырақ, киіз үй, домбыра, бесік, тұмар, дала* сөздері ұлттық концепт деп танылады.

Кез келген тілде негізгі тұғырлы концептілер бар. Бұл тұғырлы ұғымдар ұлттың дүниетанымдық бірлігін, салт-дәстүрінің терең тарихи тұтастығын, рухани және материалдық мәдениетінің ерекшелігін, тілінің өзіндік сипатын анықтайды [131]. Сондай-ақ, жалпы адамзаттық ұғымдарды анықтайтын тұғырлы әмбебап яғни базалық концептілер бар. Базалық концептілерге ең алдымен, жер, көк, су, от, уақыт, кеңістік, әлем т.б. сияқты жалпы ұғымдарды топтастыратын концептілер мен шындық пен жалғандық, қоғам, адам, шындық пен ақиқат, жақсылық пен жамандық, құдай, тағдыр, ғылым, өнер, бақыт, сұлулық т.б. сияқты материалдық және рухани жалпы ұғымдарды анықтайтын концептілер жатады. Бұл концептілер іштей өздерін анықтайтын ұғымдарға, ал ұғымдар мағыналық топтарға жіктеледі.

Қазақ ұлтының таным-түсінігінің негізінде қалыптасқан ұлттық концептілерге төмендегілерді жатқызуға болады: атамекен, дала, намыс, имандылық т.б.

Ұлттық концептілер балаларға арналған медиамәтіндерде де орын алады.

Мысалы «дала» концептісі:

*Қазақстаным - бақытым, бағым, берекем,
Өнерпаздар мен еңбеккерлердің елі екен.
Төскейі - түлік, жері бай, жұрты ер екен.
Осы елде туып- өсудің озі неге тең?!*

Ойсурет құрлымында танылуы:

*Ер бабалардан еншіге қалған ен далам,
Текті ұрнақ туып тербете тұғын бесігін.
Мұндағы лингвомәдени бірлік - бесік.*

Сценарийлік құрылымда танылуы:

Жетісу жасуһар, Сарырқа салқар сыркүнгеі

Асан кеп көрсе жерұйық деуі мүмкіндей («Балдәурен» бағдарламасы)

Дала концептісі – тек қазақ ұлтының танымында халықтың дүниетанымын, мінез құлқын танытатын ұлттық концептілердің бірі. Дала қазақ өмірін, жайлауын, мал шаруашылығын, кеңдікті, жазықтықты білдіреді. Ұлттық танымда дала кеңдік эталоны ретінде алынып, қазақтың кең байтақ жеріндегі ұлттық мәдени өмірді, еркіндікті сүйетін халықтың ұлттық болмысын сипаттайды. Дала сөзі *кең дала, боз дала, қу дала, сары дала, сайын дала, жапан дала, жазық дала* т.б. бейнелі тіркестермен қолданылады. Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде Дала кең байтақ жазық, құла тұз. Сусыз шөл дала. Есік алды, тыс. Ауылды жер, қыр деген түсініктеме берілген. Дала микроконцептісінің мағыналық аясы қазақ халқының тілдік санасында әлдеқайда кең. Дала шексіздік, кеңдік, еркіндік, молшылықты да білдіреді. Сондықтан, тілімізде *көңілі даладай* кеңпейіл, *ақкөңіл, даладай дастархан жайды* мол, берекелі, *сөзі далаға кетті* сөзі ескерусіз қалды, *далаға тастады* караусыз қалдырды, *қадірлемеді, даланы басына көтерді* даурығып қатты сөйледі т.б. сөз қолданыстары ұшырасады.

Көркем мәтінде дала ерекше әлем, жұмбақ және керемет әдемі кеңістік түрінде бейнеленеді. Ақын-жазушылар дала суретін бейнелегенде өзінің дүниеге көзқарасын, табиғатқа деген сезімін, туған жерге махаббатын білдірген, кейіпкерлерінің ой арманын, қиялын бейнелеген.

Береке бірлік, тәңірден тарту несібең

Жоғалтпай соны ере бер көптің көшімен («Балдәурен» бағдарламасы)

«Көш» концептісі ұлттық мәдени концептіге жатады. Ертеде ата-бабаларымыз көктемнің наурыз айының аяқ кезінде қыстаудан көктеуге көшсе, мамыр айының аяқ кезінен бастап жайлауға көшкен. Жайлауда шілде, тамыз, мизам айларын аяқтағаннан кейін күзекке көшті. Ал, күзекте қазақтар қараша ай соңында, қайтадан қыстауға қайтқан. «Көш» халық тұрмысынан маңызды орын алатын ұғым болғандықтан оған қатысты мақал-мәтелдер мен тұрақты тіркестер де көптеп кездеседі. *«Көш жүре түзеледі», «Көштен бөлінсең де көптен бөлінбе», «Қонған жердің қадірін көшкенде білерсің», «Көпті көрген көш бастайды»* т.б.

«Қамшы» концептісі.

Медиамәтіннен үзінді келтірсек:

– Қамшының түрі өте көп. Бұны ерте кезде әйелдер де ерлер де ұстаған.

– Ал, қыздар ұстайтын қамшы ше?

– Қыздардың қамшысы неше түрлі асыл тастармен әшекейленген.

– Дәулет аға, қамшыны тек ағаштан жасай ма?

– Жоқ, қамшы тек ағаштан жасалмайды. Оған әртүрлі мал сүйектері, қайыс, металл, мүйіз, асыл тастар, былғары қолданылады.

Қамшының өрімі мен бүлдіргесі қайыстан жасалған. Қайыс дайындау үшін теріні ерте кезде айранға салып жұмсартып арнайы дайындайтын болған.

Қамшы екі бөліктен құралады. Ол қамшының өрімі мен сабы. Одан басқа бас, дүм, алақан, бүлдірге, орам, кежеге, шежемей, айдар, мойнақ, бүркеншек, бунақ, бауыр, шашақ, топшы, түйнек деген бөліктерден тұрады.

Қамшының сабы көбінесе тобылғыдан жасалады. Қолға ұстайтын бөлігі тұтамы деп аталады («Үйрен де жирен» бағдарламасы).

Бағдарламада қамшының жасалуы ғана емес, қамшыға қатысты ұлттық салт-дәстүр, халық дүниетанымындағы қамшыға қатысты ұғым түсініктер берілген. Қамшының көшпелі қазақ халқының тұрмысындағы рөлі ерекше. Қамшыға қатысты салт-дәстүр түрлері де халық өмірінен маңызды орын алған. Сондықтан болар, тілімізде қамшыға қатысты көптеген тұрақты тіркестер қалыптасқан.

Бағдарламада балаларға қамшы жасайтын шебер қамшының жасалу жолын ғана емес, қамшыға қатысты салт дәстүрлерді, қазақта қамшыны неге қасиетті санайтыны туралы әңгімелеп береді. Балалар қамшы, бүлдірге, өрім, қайыс т.б. сөздермен, қамшы туралы салт-дәстүрлермен танысады. Бағдарламаның мақсаты – өскелең ұрпақты халқымыздың ұлттық қолөнерімен таныстыру.

Сондай тұрақты тіркестердің бірі – «қамшы» сөзі қатысқан тұрақты тіркестер. «Үйрен де жирен» бағдарламасының «Қамшы» тақырыбындағы санында қамшы және оның түрлері, жасалуы туралы айта келіп, қамшының көшпенді қазақ тұрмысындағы рөліне тоқталады, қамшыға қатысты салт дәстүрлермен таныстырады. Аталған бағдарламада қазақ салт дәстүріндегі «Қамшы тастау», «қамшы ілу» туралы ақпарат беріледі.

Мәтінде қамшыға қатысты бірқатар тұрақты сөз тіркестері қолданылады: *қамшының астына алу, қамшы ойнату, қамшы ілу, қамшы қайтару т.б.*

Қамшы тек мал айдау құралы емес, қазақ өмірінде, салт-дәстүрінде ерекше қызмет атқарған. Мұны қамшыға қатысты салт-дәстүрлерден аңғарамыз. Қазақ тілінің фразеологиялық сөздігінде қамшы сөзінің қатысуымен жасалған бірқатар тұрақты тіркестердің мағынасы анықталған:

«Қамшы боп тиді – жанына ауыр, қатты батты; Қамшы жеу – таяқ жеу, соққы жеу; Қамшы жұмсау – ұрып соғу; Қамшы ойнату – ұру, зорлық жасау ;

Қамшының астына алу соғу, сабау; Қамшы салым жер – жақын т.б.» [132, б. 403]. Қамшысынан қан сорғалаған – қаныпезер, жауыз, зорлығы жүріп тұрған Қамшы үйіру – қорқыту, қауіп төндіру, күш көрсету [132, б. 404].

Қамшы салу, қамшы болу фразеологизмінің мағынасы бір нәрсені жасауға итермелеу мағынасы қамшының негізгі қызметі малды айдау, жүргізу, түрту үшін қолданылатын құрал ретіндегі қызметіне байланысты туған.

«Қазақ қамшыны тек қол қаруы мен қорғану үшін ғана ұстамаған, адамның тілі жетпейтін жерде жеткізетін сияқты қасиеттері де бар деп қастерлеген» [133].

«Қамшы» сөзінің қатысуымен жасалған фразеологизмдер тілімізден көптеп орын алған. Тіліміздегі қамшыға қатысты тұрақты тіркестер мен фразеологизмдердің танымдық мәні ерекше.

«Үйрен де жирен» бағдарламасының қамшы бөлімінде балалар қамшыға қатысты көптеген көнерген атаулармен таныс болады. Мысалы:

– *Балаларға арналған қамшылар «бала қамшы» деп аталады. Ерте кезде батырлар мынадай қамшы ұстаған. Мұны «сылқ етер» деп атайды. Батырлар мұны жауына қарсы жұмсаған. Мұның ерекшелігі басында ауыр зат байланған. Ал мына «сарыала қамшы» мал айдау үшін пайдаланылған («Үйрен де жирен» бағдарламасы).*

Бағдарламада қамшының «бала қамшы», «сылқ етер», «сарыала қамшы» сияқты қазіргі уақытта көпшілік біле бермейтін, көнерген сөзге айналған түрлері аталады.

Қамшының символдық қызметіне де мән беріледі:

– *Бай сұлтандар ұстайтын қамшылар әсем тастармен безендірілген. Өте бай адамдар, сұлтандар мұндай қамшыны ұстаған. Әйел адамдар ұстайтын қамшылар да әсемделіп, сабы мүйізден жасалған. Қамшы тек мал айдау үшін ғана емес, қару түріне де жатады. Ерте кезде хан ордаларына қамшымен кіргізбейтін болған. **Биліктің қамшысы қолындағы күшін білдіреді** («Үйрен де жирен» бағдарламасы, 2020 жыл).*

Осы мәтіндік үзіндідегі «*Биліктің қамшысы қолындағы күшін білдіреді*» деген сөйлемде қамшының биліктің символы болғанын меңзейді.

Қазіргі қазақ дәстүрінде де тұсаукесерде баланың алдына кітап, қамшы, домбыра беріп, егер бала қамшыны таңдаса, ел билейтін азамат болады деп ырымдап жатады.

Бағдарлама мәтінінде қамшыға қатысты салт-дәстүрлер баяндалады.

Қамшы ілу – қызды айттыра келу белгісін білдірген. «Бұрынғы заманда қызға құда түсе келген адам қамшысын төрге белгі ретінде іліп кеткен. Егер жігіт жақ кешігіп, не қыз жақ айнып қалса, қамшыны иесіне қайтарып беретін болған. Ал төрде ілулі тұрған қамшыны көрсе, айттырған адамы бар дегенді білдірген» [133]

Үйге қамшы ала кіру дауласуға келгенді білдірген. Жалпы, үйге келген кісі қамшысын ала кірмейтін болған. Егер сыртқа тастап кетпей, үйге ала кірсе, дауласуға келгенін білдіреді.

Қамшы тастау – бітімге келу. Дау-дамай кезінде қамшыны ортаға тастаса, бітімге келуге шақырғаны.

Қамшымен сес көрсету, дауға барғанда сөз сұрап, қамшы тастау, қызға сөз салғанда қамшы ілу сияқты көптеген қамшымен байланысты дәстүрлерден қамшының қазақ халқының тұрмыс-тіршілігінде маңызды рөл атқарғанын байқауға болады. Сонымен қатар, қазақ халқы «қанша балаң бар?» деп сұрамаған. Көз тиеді деген наным сенімге байланысты қазақ бала санын айтпаған. Үйге келген қонақ сол үйдің төрінде ілулі тұрған қамшы саны арқылы аңғарған.

«Шаңырақ» концептісі. Қазақ халқының ұлттық дүниетанымындағы «шаңырақ» ұғымы концептілік қасиетке ие. Қазақ халқының дүниетанымында, тұрмыс-тіршілігі мен өмір салтында шаңырақ ұғымының маңызы зор.

Шаңырақ – ұлттық дүниетаным концептуалдық дүниетаным әлемін қалыптастыратын негізгі категориялардың бірі. Шаңырақ ұлттық мәдени концептіге жатады.

Медиамәтіннен мысал келтірейік:

«Қарлығаш әулие», «Қарлығаш би» атанған Төле би «Ақтабан шұбырынды, алқакөл сұлама кезінде ел ауғанда үйін жықпай, қасиетті жұртын қимапты. Сонда жоңғарлық әскербасы Төле биден көшпей қалу себебін сұрайды.

Шаңырағым бір бейкүнә қарлығаш ұя салып еді. Ол жер бетін топан су басқанда Нұқ пайғамбардың кемесін сақтап қалған. Жыланға адам баласының жем болу қаупі туғанда қызғыштай қорғаған құс еді. Осындай киелі құстың ұясын бұзып, балапандарын зарлатып кете алмадым дейді дана туған Төле би («BILIMLAND» бағдарламасы).

Халқымызда «қасиетті қара шаңырақ», «шаңырағың биік болсын», «шаңырақ көтеру» сияқты сөз қолданыстары жиі кездеседі.

Шаңырақ сөзінің мағыналық ауқымы кең. Шаңырақ – үй, әулет дегенді білдіреді. Сонымен қатар, фразеологиялық оралымдар құрамында шаңырақ сөзі көп жұмсалады:

Шаңырағына ат ойнатты – әлек салды;

Шаңырағы ортасына түсті – отбасы бұзылды;

Шаңырақ көтерді – отбасын құрды.

Шаңыраққа қара – «өз үйің емес, біреудің үйі, тыныш отыр» дегенді білдіреді.

«Шаңырақ» концептісіне қатысты әдет-ғұрып пен ырым атаулары да жеткілікті.

Мәтінге концептуалдық талдау дегеніміз мәтіннің концептілік құрылымын анықтау бағытында саралау. Концептуалдық талдау жасаудың қалыптасқан заңдылық ережесі жоқ. Сондықтан, зерттеулерде қолданылып жүрген концептуалдық талдаудың әдіс-тәсілдері бірізді емес. Әр зерттеуші өз еңбегінде концепт және концептуалдық талдауға қатысты өз түсінігі негізінде талдаулар жүргізуде. Метафораны когнитивті тұрғыда ойлаудың ерекше түріне

жатқызамыз. А.П. Чудинов метафораны «ойлау жүйесімен үнемі байланыста болатын схема» ретінде қарастырып, оны «негізгі ментальды қызмет, таным, құрылымдау және шындықты түсіндіру амалы» [134, б. 48] деп көрсетеді.

Метафоралардың концептуалдық болмысын ұлттық дүниетаным тұрғысынан қарастыру метафора арқылы көрініс табатын халықтың ұлттық болмысы, сана сезімі, дүниені қабылдауы және ұлттық метафораның тілдік сипаты айқындалады. Содан метафораның концептуалдық түрі шығады. А.С. Сыбанбаева концептуалдық метафораға мынадай түсініктеме береді: «концептуалдық метафора басқа метафора сияқты сөйлеушінің санасында негізгі екі компоненттің: аталатын және ұқсату құралының бір-біріне әсер етуінен, ассоциациялануы негізінде жасалады. Ассоциация дегеніміз әлемді тануда адам санасында алғаш пайда болатын менталды сигналдар, білім алудың бір тәсілі.

Концептуалдық метафора жаңа ұғымды айтушы адамның ақыл - санасына, басқа адамдарға түсінікті болуы үшін қажет. Концептуалдық метафора көп жағдайда сөйлеушінің белгілі бір ой үзіндісін дәл жеткізу мен объектілерді, дүниені танып-түсіну ерекшеліктерін көрсетудің тілдегі бірден-бір жолы, өзі білмейтін, атайтын объектісі туралы басқа тілдік тәсілдермен жеткізілмейтін дерек, хабар, түсінік береді» [135, бб. 72–73].

Тіл білімі ғылымында метафоралық модельді ғалымдар түрліше терминдермен атап жүр. Дж. Лакофф «образ–схема» (image-scheme), М. Джонсон «базистік метафора», Ю.Н. Караулов және А.П. Чудинов метафоралық модель деп атайды. Мұның себебі, ғалымдар метафоралық модельді әр түрлі қырынан зерттейді.

Ресейлік ғалым А.П. Чудиновтің анықтауы бойынша метафоралық модельдерді төмендегідей белгілеріне қарай анықтай аламыз:

- метафоралық сөздердің алғашқы мағынасы қандай мағыналық дерекөз тобына (сфера источник) қатысты екенін айқындау;
- ауыспалы мағынаның көздеген мағыналық тобын табу (сфера мишень);
- сол модельге жататын әлемнің аңғал тілдік бейнесінің үзігі (фрагмент наивной языковой картины мира) болатын фреймдерді анықтау;
- типтік слоттар – фреймнің белгілі бір аспектісін құрайтын жағдаяттың элементтері [134, б. 48].

«Метафоралардың когнитивтік сипаты әлемді танып–білудегі әлеумет пен жеке тілдік тұлғаның аялық білім қоры мен жинақталған өмірлік тәжірибесінің метафоралық тұрғыдан бейнелеуінен көрінеді. Осы арадан барып тілдегі метафоралар өз алдына дербес концептілік құрылымдарды қалыптастыра алатындығын байқауға болады» [136, б. 54]. Аялық білім дегеніміз концептінің мазмұнына негіз, фон болатын білім түрі.

Метафоралану процесі адамның мүмкіндіктері мен аялық білімі және тәжірибесі негізінде жүзеге асады. Қорыта келгенде, метафора дегеніміз – білімді концептуалды тұрғыда бейнелейтін когнитивтік тілдік құрылым.

Концепт ұғымына ғалымдардың берген анықтамаларына сүйене отырып, балаларға арналған медиамәтіндердегі концептілерге талдау жасадық. Балаларға арналған телебағдарламалар тіліндегі концептілерді талдай келе, олардағы жиі ұшырасатын тілдік концептілерге «балалық шақ», «туған жер», «достық» концептілері екенін аңғардық.

«Балалық шақ» және «бала» концептісін зерттеу мәселесінің өзектілігі көркем шығарманың тарихи және психологиялық элементтерімен тікелей байланысты. Заманауи ғылымда «балалық шақ» пен «сәби (бала)» концептілері аз зерттелген. «Балалық шақ» концептісінің көркем шығармадағы көрінісін зерттеген Л. Мұхтардың диссертациялық еңбегінде «балалық шақ» концептісіне ХХ ғасыр соңындағы үш көркем шығарма негізінде талдау жасалынады. Олар С. Таунсендтің «Тайные дневники Адриана Моула», Дж.Ирвингтің «Молитва об Оуэне Мيني» және Р. Сейсенбаевтың «Мертвые бродят в песках» атты шығармалары. Аталған шығармаларды талдаудың негізгі нысаны ретінде алудың алғышарты ағылшын, американдық және қазақ әдеби дәстүрін салыстыра отырып, үш ұлттың әлемдік тілдік бейнесіндегі балалық шақтың берілуін қарастырады. Шығармалардың тақырып бойынша да, тұжырымдама жағынан да айқын айырмашылықтарына қарамастан, олардың барлығы жазушыға тиесілі ұлт әлемінің ұлттық бейнесінде көрінетін балалық шақты бейнелейді. Біздің зерттеуімізде, медиамәтіндердегі «балалық шақ» концептісі көрінісі талданады, «балалық шақ» концептісінің метафоралық модельдері құрылып, бала танымындағы когнитивтік менталды сипаты ашылады. Медиамәтіндердегі «балалық шақ» концептісінің концептілік өрісі «балалық», «бал – балалық», «балдәурен шақ», «бақытты өмір», «ата-ананың қамқорлығы» т.б. фреймдік құрылымдардан тұрады.

Балалық шақ – бұл адам өміріндегі ең қызықты, ең бақытты ұмытылмас кезең. «Балалық» концептісі, «бала» концептілердің көркем шығармадардағы тілдік көрінісі талданып жүр, дегенмен балаларға арналған медиамәтіндердегі «балаалық шақ» концептісінің тілдік құрылымдар арқылы вербалдануының өзіндік ерекшеліктері бар. Телебағдарламалардағы «Балалық шақ» концептісін когнитивтік талдауда метафоралық модельдеу тәсілін қолдандық.

Балалық шақ концептісін құруға негіз болатын базалық макроконцептілер: бақыт, өмір, уақыт, қуаныш, алаңсыздық, т.б.

Мысалы:

Біз – балдырған баламыз,

Шаттық әнге саламыз,

Қосып, алып сандарды,

Жазу жаза аламыз,

Біз – бақытты баламыз («Әли мен Айя»)



Сурет 5 – «Балалық шақ» концептісін құруға негіз болатын базалық макроконцептілер.

Медиамәтіндердегі «балалық шақ» концептісінің мынадай метафоралық модельдері құрылды: «Балалық шақ – қайталанбас бақыт», «Балалық шақ – уайымсыз, алаңсыз өмір», «Балалық шақ – ұшқыр қиял», «Балалық шақ – аңғал көңіл» метафоралық модельдері «балалық шақ» концептілік өрісінің негізін құрайды.

«Балалық шақ – қайталанбас бақыт» метафоралық моделі бірнеше фреймдерден құралады.

Мысалы: Қуаныш фреймі. Қуанышты бөлісу.

Нұргелді: Қалайсыңдар, достар?

Дина: О, Нұргелді, мына торт ненің құрметіне?

Нұргелді: Бүгін менің анамның туылған күні, бүгін біздің үйде үлкен қуаныш! Соны сендермен бөлісейін деп кішкене кешігіп қалдым.

Дина: Құттықтаймын Нұргелді!

Нұрдәулет: Құтты болсын!

Нұргелді: Рахмет, достар! Бүгінгі бағдарламадан кейін жақсылап атап өтеміз («Үйрен де, жирен» бағдарламасы).

– *Шынымен, мынау, енді біздің үй ме?!*

– *Иә. Біздің үй осы.*

– *Қандай керемет! Қуанышым қойныма сыймай тұр!*

– *Аека, сендердің бөлмелерің жоғарғы қабатта. Барып көрулеріңе болады.*

– *Алақай! («Эфирде, Аека» бағдарламасы)*

– *Аека, қоянмен суретке түсесің бе?*

– *Әрине, түсемін. Алақай! («Эфирде, Аека» бағдарламасы)*

Қуаныш фреймі (тұрақты тіркестер арқылы берілуі: қуанышы қойнына

сыймау, төбесі көкке жетті, қуанғанынан есі шығып кетті, екі езуі екі құлағына жетті, төбесі көкке екі елі тимей қалды).

Бақыт фреймі

Балапан арнасы — бақыт мекені

Достарымның бәрін бақытты етеді («Балдәурен» бағдарламасы 2020 жыл).

Әли: Тезірек жаз болса зой, шіркін! Суда жүзіп жүріп, судың астында балықтарды ұстап алар едім.

Ата: Құлыным-ау, баламысың деген, қозы-лақты қуып ұстағаныңдай балықты да ұстағың келеді екен зой. («Әли мен Айя»). Балалық шақтың негізін құрайтын «балалық» сөзі баланың аңғалдығын, көңілінің тазалығын, уайымсыздығын т.б. сипаттарын бере алады. «Балалық шақ» деген сөздің өзі әрбір адамға уайымсыз бақытты сәттер мен ата-анасының қамқорлығын еске түсіреді.

Қызым, қара. Әне, павлин!

Уау, мен сендерді көруді қанша күткенімді білсеңдер! Сол үшін қауырсындарыңды бір ашсаңдар менен бақытты жан таппайсыңдар!

Бақыттысың ба, балақай?

Мәссаған, сене алар емеспін, Қандай әдемі! («Эфирде Аека» бағдарламасы)

«Балалық шақ – уайымсыз, алаңсыз өмір» метафоралық моделі

Ата-ана фреймі.

Ата: Бүгін қаладан балалар келеді.

Айя: Балалар? Қандай балалар? Олар кімдер?

Ата: Балалар деген сенің анаң мен әкең, Айятай.

Айя: Ата, неге балалар дедіңіз?

Ата: Сендер де, әкең де, анаң да баласыңдар. Бізге бала болып қала бересіңдер. («Әли мен Айя»). Бұл мысалдан көріп отырғанымыздай ата-ана үшін баласы қанша жасқа келсе де, бала болып қала береді. Қазақ халқы «Әке – асқар тауың, ана – бауырындағы бұлақ, бала – жағасындағы құрақ», – деп, ата-ана мен баланы табиғаттың тамаша құбылыстарына теңеген. Ата-ана балаларына қандай тәрбие берсе, ертең ол бала өскенде сол тәрбие арқылы өмірдің жаңа баспалдақтарынан, сан түрлі белестерінен өтеді. «Ұяда не көрсең, ұшқанда соны ілерсің» деп қазақ халқы бекер айтпаған. Ата-ананы сыйлау – қазақ халқы үшін ең құнды қасиеттердің бірі. «Анаң ауыр сөз айтпа, Атаң ауыр жүк артпа», «Ата-ананың қадірін балалы болғанда білерсің, Ағайынның қадірін жалалы болғанда білерсің» деп әке мен ананың отбасындағы орнын айқын ашып айтқан. Дәстүрлі қазақ қоғамында ата-ананы ерекше қадірлеу – үлкен парыздардың бірі. Қазақ халқының дәстүрлі тіршілігінде ата-әженің отбасындағы орны ерекше. Ата-әжелері немерелеріне бесік жырын, ертегілер мен аңыз-әңгімелерді, қисса-дастандарды айтып, олардың бойына рухани құндылықтарды сіңіріп отырған. «Ата көрген оқ жонар, ана көрген тон пішер» деген нақыл сөз осының дәлелі ретінде айтылған.

Туысқандық, қонақжайлық, үлкенге деген сыйластық пен достыққа берік болу сынды қарым-қатынастар қазақ халқын өзге ұлттардан ерекшелеп тұратын қасиеттер.

Отбасы фреймі. Қазақ үшін отбасынан киелі ештеңе жоқ. Өмірге келген нәрестеге ана махаббаты мен кіршіксіз таза көңілі ауадай қажет. Отбасы – сыйластық, жарастық орнаған орта. Қазақ халқы отбасындағы тәрбиені ең бірінші орынға қойған.

Қыздары елімнің, Мәншүк пен Әлиясы да,

Қарайласын ұлдары қариясына.

Бақыт пен байлыққа толы отбасын,

Әр қазақтың тілеймін жанұясына.

(«Еркетай» бағдарламасы. 05.08.2023 жыл)

Медиамәтіндер – бүгінгі қоғамымыздағы көркемдік – шығармашылық және тағылымдық – тәрбиелік мақсаттарды тең ұштастыра дамып келе жатқан сала. Балаларға арналған бағдарламалардың барлығында көркемдік және педагогикалық талаптар бір – бірімен байланыста болады, сондықтан бұл балалар бағдарламаларындағы медиамәтіндер көркемдік мәселелері балалардың жас ерекшеліктеріне орай, олардың сана-сезімінде, таным – түсінігінде болатын өзгерістермен сабақтастықта алынуы қажет. Сондықтан да, балаларға арналған медиамәтіндерде бірінші кезекте ескерілуге тиісті психологиялық – педагогикалық талаптар болып табылады және ұлттық құндылықтар, ұлттық таным да кеңінен насихатталады. Отбасы фреймін құрайтын сөздер – туыстық атаулар. Балаларға арналған медиамәтіндерде кездесетін отбасы фреймін құрайтын туыстық атаулар халықтың дүниетанымынан, салт-дәстүрінен, ұлттық болмысынан хабар береді.

Әли: Әже, сізді төл мерекеңізбен қиттықтаймын (гүлді береді).

Әже: Айналайын, құлыным, өркенің өссін! Қандай керемет иіс!

Ата: Ал, Айятай, мына гүл саған. Ғұмырың ұзақ, денің сау болсын, алтыным.

Әли: Әже мен сізді қатты жақсы көремін.

Айя: мен де

Әже: Мен де, құлындарым, сендерді жанымдай қатты жақсы көремін.

Ата: Құлындарым, әрдайым естеріңде болсын, аналарымыз бен қыздарымызды құрметтеп, сыйлап қадірлеген адам үлкен мұратқа жетеді. («Әли мен Айя»).

Берілген мәтіндік үзіндіде отбасы құндылықтарының бірі – жанұядағы адамдардың бір-біріне деген сүйіспеншілігі мен қамқорлығы, махаббаты көрінеді. Мәтінде балалардың ата-әжесіне құрмет көрсетуі, ата-әжесінің немерелеріне деген махаббаты мен сүйіспеншілігі тілдік құралдар арқылы көрініс тапқан. Қазақ танымындағы отбасы – бір шаңырақ астындағы адамдардың бір-біріне көңіл бөлуі, қамқорлық жасауы, қолдау көрсетуі. Махаббат бар жерде өзара үйлесімділік, эмоционалды күшті байланыс, әрі бақытты отбасы болуға деген ұмтылыс болады. Қазақ ұғымындағы екінші

маңызды отбасылық құндылық – құрмет көрсету. Сыйластық – әр отбасы мүшесін жеке тұлға ретінде мойындау, олардың пікірлерін, тілектері мен қажеттіліктеріне құрметпен қарауды қамтиды. Отбасына байланысты ұлтымыздың ғасырлар бойы қалыптасқан өзіндік мәдениеті, әдет-ғұрпы бар. Бұл салт-дәстүрлер негізінен жастарды отбасы құндылықтарын түсінуге, жауапкершілікке тәрбиелеуге бағытталған. Отбасы құндылықтарын сақтауға қатысты салт-дәстүрлердің бір тобы туыстық атаулармен тығыз байланысты. Қазақ өмірінде туыстық атаулар ерекше маңызға ие. Бұл атаулардың қалыптасуы да ұлтымыздың тарихи-мәдени өмірімен, мәдениетімен, салт-санасымен байланысты.

Медиамәтіндердегі «достық» концептісінің вербалдануы

«Достық» концептісі – сәбилер мен жеткіншектерге арналған телемәтіндердің негізгі концептілерінің бірі. Достық концептісін құруға негіз болатын *«адал дос пен амал дос» контраст концептілері, дос, құрбы, құрдас, жолдас, сырлас* базалық макроконцептілерін атауға болады. Балаларға арналған телебағдарламалардағы көрінісіне мысал келтірейік:

Біз – айрықша белгілер іздеушілер досымыз, жолдасымыз, құрбымыз, серіктесіміз, сырласымыз, әріптесіміз... айрықша белгілер іздеушілер клубына мүше ретінде қабылдаймыз! («Достық – жеңілмейтін күш» мультфильмі).

Дос жылатып айтады («Достар» балаларға арналған көркем фильм).

Біздің достарымызбен арамыздағы айырмашылығымыз достығымызды нығайтады.

Санверс екеуіміз бірдейміз деп ойлағанмын. Бірақ бірдей болмағандықтан достығымыз бұзылды. («Достық – жеңілмейтін күш». 5 маусым 2023 жыл)

Телебағдарламалар тілінде *достық жыры, нағыз дос, ескі дос, дос болайық* т.б. фреймдік құрылымдар кездеседі.

Мысалы:

– *Сен менің ескі досымсың зой* («Достық – жеңілмейтін күш» 5 маусым 2023 жыл)

Нағыз дос («Сәби. Нағыз дос» мульттоптамасы, маусым 2023жыл)

Достық жырын біліңдер,

Ту ғып ұстап бірлікті

Еңбекті сүйіңдер («Достық жыры» бағдарламасы. «Балапан арнасы»)

«Адал дос» (Балаларға арналған фильмнің атауы)

Балапан арнасы - бақыт мекені

Достарымның бәрін бақытты етеді («Балдәурен» бағдарламасы 2020 жыл).

Дос болайық бәріміз,

Жарасып тұр әніміз(«Балдәурен» бағдарламасы 2020 жыл).

Телемәтіндердегі достық концептісінің метфоралық модельдері:

«Достық -сенім»,

«Достық - адалдық»,

«Достық – жеңілмейтін күш»,

«Достық -сенім» метафоралық моделін құрайтын фреймдік құрылымдар: *сенімді дос, нағыз дос, берік достық, нығайған достық т.б.*

«Достық – адалдық» метафоралық моделін құруға негіз болатын фреймдік құрылымдар: *адал дос, амал дос, шынайы достық, адалдық, шыншылдық.*

Сұңқар десе сұңқар екенсің! Желаяқ Сұңқар, бұдан былай айырылмас дос болайық!(«Әли мен Айя»)

«Достық – жеңілмейтін күш» метафоралық моделін құруға негіз болатын фреймдік құрылымдар *бірлік, ынтымақ қамқорлық, т.б.*

Мысалы: *Күш бірлікте* (Мақал) («Үйрен де жирен» бағдарламасы)

Ту ғып ұстап бірлікті

Еңбекті сүйіңдер («Балдаәурен» бағдарламасы)

Балаларға арналған медиамәтіндерде достық туралы мақал-мәтелдер жиі қолданылады:

«Досы көппен сыйлас, досы жоқпен сырлас».

«Дос жылатып айтады, дұшпан күлдіріп айтады» («Достар» балаларға арналған көркем фильм)

«Достық алтыннан қымбат» («Достар» балаларға арналған көркем фильм)

«Досы көпті жау алмайды,

Ақылы көпті дау алмайды».

«Жігітті жолдасынан таны».

«Жақсымен дос болсаң, жетерсің мұратқа,

Жаманмен дос болсаң, қаларсың ұятқа» және т.б. («Алтын сақа» бағдарламасы)

Балаларға арналған медиамәтіндер – түрлену, жаңғыру сияқты алуан түрлі өзгерістерге бейім көркемдік – шығармашылық құбылыс. Телебағдарламалар медиамәтіндерінің жанрлық – тақырыптық түрлеріне, көркемдік құндылықтарына жалпы шолу жасай отырып, медиамәтіннің өзіндік тілдік ерекшелігі, танымдық сипаты, ұлттық құндылықтардың қамтылуы қарастырылады.

Балаларға арналған медиамәтіндердегі концептілерді зерттеу арқылы халықтың менталитетін, рухын, жан дүниесін танытатын, ұлттың әлемдік бейнесін сол ұлттың көзімен көруге мүмкіндік беретін тілдік құрылымдардың қазіргі жас ұрпаққа қандай дәрежеде, қандай тілдік тәсілдермен ұсынылып отырғанын бағамдай аламыз.

Туған жер – қазақ үшін қастерлі ұғым. Ол халықтың мәдени, рухани өмірінде үлкен маңызға ие болғандықтан, аталмыш ұғыммен қоса, онымен байланысты басқа да ұғымдар халық руханиятының маңызды бөлігін құрайды.

Балаларға арналған медиамәтіндердегі «туған жер» концептісін құрайтын фреймдер *туған жер, туған қала, ауыл, ыстық ұя* т.б.

«Атамекен» сөзі «ата» және «мекен» деген екі сөздің тіркесуі арқылы жасалған, күрделі сөз құрамындағы сөздердің ассоциативті мағыналары арқылы

объективтенген. Ежелден ат–бабамыз мекендеген ата қоныс, атажұрт, туған жер, Отан деген сөздердің орнына жұмсала береді. «Туған жер, Отан, өз елі, кіндік кесіп туған жері»,– деген түсініктеме берілген [137, б. 712]. Халық ауыз әдебиетіне үңілер болсақ, Отан ұғымы мемлекет, хандық деп аталмай ата жұрт, ел жұрт, кең байтқан жер, кіндік кескен жер, кіндік қаны тамған жер деген атаулармен берілгенін көреміз. Ол жөнінде ғалым Р.Сыздық: «Адамдар қай кезеңде де, әсіресе, түркі халықтары қоғамдасып өмір сүруге ерте кейінгі орта ғасырларда, айталық 15-18 ғасырларда белгілі бір этникалық, территориялық тұтастықтарға бөлініп өмір сүрген, оның ірі ірілерін ғылымда хандық дәуір деп атап жүрміз. Ал ертеректегі ата-бабаларымыз бұл ұғымды Отан, мемлекет, хандық деп атамай, ел, жұрт, байтақ ел, ел жұрт, ел күн деген сөздермен білдірген» [138, б. 44] – деген пікір айтады.

Туған жер кез келген адам баласы үшін қасиетті ұғым болып табылады. Қазақ халқы ата–баба жерін «ата жұрт» деп, туған үйін «қара шаңырақ» деп қастерлейді. «Туған жер» концептісінің логикалық моделін былай көрсетуімізге болады.

Туған жер

- ⇒ Отан
- ⇒ Туған жер
- ⇒ Ата қоныс
- ⇒ Ата–жұрт
- ⇒ Ауыл
- ⇒ Туып–өскен қала
- ⇒ Кіндік қаны тамған жер
- ⇒ Табиғат: тау, өзен, кең дала, жайқалған алқап

Қазақ халқы ұрпағына Отанын сүюді өскен жерінің тау мен тасын, орманды тоғайы мен жазиралы даласын, кәусар бұлағы мен айдын шалқар көлін, сарқыраған өзенін сүюді үйрету арқылы баулиды. Адам баласы үшін туып–өскен жері, бауыр басқан жері, ата жұрты – киелі.

Балаларға арналған бағдарламаларда ұсынылатын «Атамекен», «Туған жер» тақырыбы қашан да болса өзекті, атамекенге деген ыстық ықыласты білдіріп қана қоймайды, кіндік қаны тамған, жарық дүние есігін ашқан, ата–баба мекеніне деген перзенттік сүйіспеншілігін қалыптастырады. Баланың Отанын сүюге, мейірімді болып өсуіне ықпал етеді.

Балалардан туған жер дегенде көз алдыға не елестейді деп сұрағанда, олардың алдымен айтатын сөздері: қала, дала, тау, ауыл, жайлау, домбыра, т.б. «Туған жер» концептісін анықтауда көшпенді тұрмыс кешкен қазақ халқының ұғымында рухани кеңістік – дала сөзі. Халқымыздың дүниетанымында дала ұғымы кеңдік, еркіндік эталоны ретінде алынып, кең байтақ жеріміздегі еркіндік сүйетін халқымыздың тұрмыс салтын, болмысын сипаттайды.

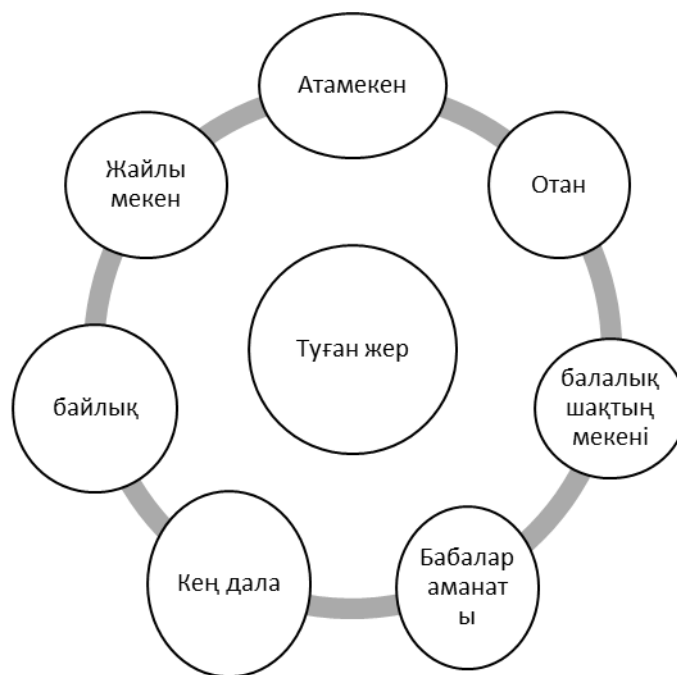
«Туған жер» сөзі әр балада әртүрлі сөздермен ассоциациялық өріс құруы мүмкін. Кей балалардың санасында туған жер сөзі туған қаласы, үйі, отбасы, анасы, достары бейнесімен ассоциация жасауы мүмкін. Ассоциативтік теория

дегеніміз психология саласының ұғымы. Ассоциацияның пайда болуы адамзат баласының танымдық қабілетін зерттеуден басталған. Әрбір адам өзінің туып өскен ортасына, туған жеріне, өмір сүріп отырған ортасына, еліне, ұлтына, діліне, алған білімі мен өмірлік тәжірибесіне қарай айнала қоршаған ортаны, табиғатты әр түрлі қырынан таниды және таныта алады. Ақиқат дүние адам санасында қалай қабылданса, жадыда сол күйінде сақталады және сол ұлтқа тән тіл арқылы көрініс табады. Балалардың санасында да сол сияқты белгілі бір зат немесе құбылыс атауын қабылдағанда жадыда сақталған ассоциативтік сөздер сол ұғымды тіл арқылы жеткізуде қолданылады.

Ол баланың тілдік қорындағы сөздер мен сөз тіркестер, метафора, фразеологизмдер арқылы көрініс табады. Сондықтан, балалар көретін медиамәтіндерде балада осындай сөздік қор қалыптастыруға қажетті сөздер мен тіркестер, мақал-мәтелдер мен фразеологизмдердің көптеп қолданылуы заңды.

Ұлттық танымды қалыптастырып, баланың ұлттық санасын дамытатын осындай сөз тіркестері мол кездеседі. Мысалы: «Туған жер» концептісін құрайтын ассоциативтік сөздер: Отан, ауыл, дала, жайлау, асқар тау, домбыра, мөлдір бұлақ, сәйгүлік ат т.б.

Бұл сөздер туған жер ұғымын танытуда логикалық танымда ең алдымен санаға келетін түсініктер. Яғни сенсорлы перцептивті қабылдап тануы негізінде санада жинақталған білім көздері, яғни туған жерге берілген ассоциациялар.



Сурет 6 – «Туған жер» концептісінің фреймдік құрылымдары

Туған жер концептісі әлемдік бейне ретінде қай елдің болса да, ұлттың жеке тілдік бірлігі ғана емес, тұтас лингвомәдени кілті іспеттес. Концептілердің жиыны халықтың ойлау негізі болып табылатын концептосфераны құрайды.

Балаларға арналған медиамәтіндерде «Туған жер» концептісінің фреймдік құрылымдары: Отан, туып өскен жер, атақоныс, атамекен, балалық шақ мекені, туған ауыл, дарқан дала, байтақ дала, алтын бесік, алтын ұя, ана т.б.

Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндеріндегі «туған жер» концептісін құрайтын когнитивтік бірліктерді метафоралық модельдеуде төмендегідей метафоралық модельдер құрылды:

«Туған жер – жайлы мекен» метафоралық моделі

Қазақстаным – жайлы мекенім

Сенде өстім білмей, қайғы не екенін («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы)

Туған жерден нәр алып, өнер құған баламыз («Әли мен Айя»)

«Туған жер – байлық» метафоралық моделі

Шалқар биігің, дархан пейілің

Сезбедім шексіз байлық екенін («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы)

«Туған жер – кең дала» метафоралық моделі

Ер бабалардан еншіге қалған кең далам («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы)

«Туған жер – бесік»

Текті ұрпақ туып, тербететұғын бесігім («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы). Концептілердің метафоралық модельдері мен фреймдік құрылымдары қосымшада кесте түрінде ұсынылды. [Қосымша А]

Қазақ танымында бесік қасиетті зат болып есептеледі. Бесікке қатысты мақал-мәтелдер мен тұрақты сөз орамдары соны айғақтайды. «Ел боламын десең бесігіңді түзе», «Болатын бала бесігінен танылады» деген мақал-мәтелдерді мысалға келтіруге болады. Ұлт мәдениетінде бесікке қатысты ырымдар мен тыйымдар да көптеп орын алады.

Мысалы, «бесікті ашық қалдыруға болмайды» деген тыйымның астарында нәресте жатқан бесікті ашық тастаса жын шайтан мекендейді деген түсінік бар. Бос бесікті тербетуге болмайды, себебі халқымыздың сенімінде бос бесікте жақан шайтанның баласын тербеткенмен бірдей. Сондықтан, бесікке баланы жатқызарда оны аршамен аластаған. Сонымен қатар, бос бесікті тербеткен адам ұрпақсыз қалады деген наным болған. Бесік ұрпақ жалғастыратын қастерлі зат деп танылған, қазақ бесікті біреуге бере салуға, сатуға тыйым салған, көпбалалы үйдің бесігін қалап алып, ұрпағым көбейсін деп ырымдап төрге қоятын болған.

Осының бәрі қазақ халқының бесікті қастерлегенін көрсетеді. Ендеше, медиамәтіндерде туған жерді бесікке балау халық танымынан бастау алады. Қазақ халқының дүниетанымын, наным сенімін көрсетеді.

Медиамәтіндерде берілген «туған жер» концептісіне жататын сөздер мен сөз тіркестері арқылы жас ұрпақты Отанын сүйуге, ұлтын, елін сүйуге, ұлттық мәдениеті мен халық тарихын құрметтеуге тәрбиелейді. Туған жер ұғымы қай халықта болса да, қасиетті ұғым. Ол қазақ халқы үшін де баға жетпес құндылық болып табылады. Қазақ халқы үшін туған жер топырағы қашанда қасиетті.

«Отан – елдің анасы, Ер – елдің анасы», «Ұлтарактай болса да, Ата қоныс жер қымбат, Ат төбеліндей болса да, Туып-өскен ел қымбат», «Кісі елінде сұлтан болғанша, өз елінде ұлтан бол», «Туған жердің жуасы да тәтті», т.б. сынды мақал-мәтелдер туған жердің қадір-қасиетін айғақтайды. Кіндік қаны тамған туған жерді құрметтеу, оны қорғау мақсатында «Туған жерге туыңды тік!» деген халқымызда даналық сөз бар. Отанға, туған жерге деген терең сүйіспеншілік халықтың тарихын, мәдениетін, салт-дәстүрін тереңнен білуден бастау алатыны белгілі.

Балаларға арналған телебағдарламалар тілінде «туған жер» концептісі Отан, дала, атамекен, ауыл сөздерімен ассоциацияланып, «Туған жер – жайлы мекен», «Туған жер – байлық», «туған жер – алтын бесік», «туған жер – кең дала» сияқты метафоралық модельдер қатысымен анықталады. Медиамәтіндердегі «Туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерін құрайтын сөздердің қолданылу жиілігі бойынша статистикалық зерттеу жасалып, қорытындысы қосымшада берілді [Қосымша Б].

Балаларға арналған медиамәтіндерде туған жер концептісі әр түрлі тілдік бірліктер арқылы өрнектеліп, жас ұрпақтың ұлттық санасын қалыптастыруға, туған жерге, Отанға деген махаббат, құрмет сезімдерін оятуға ықпал ететін басты құрал болып табылады.

Қорытындылай келе, медиамәтіндердегі «туған жер» концептісі бала санасындағы қазақы ұлттық таным мен дәстүрлі тұрмыс салты арқылы модельденіп, ұлттық ерекшеліктермен кодталған ұғымдар арқылы репрезентацияланады деген тұжырымға келдік.

ҚОРЫТЫНДЫ

Диссертациялық жұмыс қазақ тіліндегі балаларға арналған телебағдарламалар мәтіндерін (2010-2024 жж.) антропоэзектік парадигма аясында лингвокогнитивтік тұрғыдан зерттеуге арналған.

XX ғасырдың соңғы ширегінде өріс алған антропоэзектік парадигма аясындағы лингвистикалық зерттеулер тілдің жүйелік қасиеттерінен біртіндеп тілді адамның танымдық ойлау қабілетімен байланыстыра қарастыруға бағытталды. Антропоэзектілік парадигманың негізгі мақсаты тілді жүйелік, құрылымдық парадигмамен сабақтастықта ала отырып, оны тек қарым-қатынас құралы ретінде ғана емес, ұлттық мәдени код ретінде тану.

Қоғамдық пікірді жинақтауда, елді ақпараттандыруда, сондай-ақ, адамдардың моральдық-эстетикалық құндылықтарын қалыптастыруда, халықтың тіл мәдениетін арттырып, тіл тазалығын сақтауға ықпал ететін құрал ретінде қызметімен қатар теледидар мәтіндерінің танымдық маңызы зор. Телебағдарлама мәтіндерінің лингвокогнитивтік аспектісі, ұлттың рухани, мәдени коды ретіндегі менталды сипаты ғылыми тұрғыда қарастырылмаған.

Диссертацияда қазіргі тіл біліміндегі өзекті мәселелердің бірі – қазіргі қазақ медиамәтіндерінің танымдық ерекшеліктері қарастырылып, балаларға арналған отандық телебағдарламалар мәтіндерінің когнитивтік модельдер мен концептілер жүйесін талданды.

Диссертацияның ғылыми аппаратында зерттеудің өзектілігі айқындалып, мақсат-міндеттері белгіленді, зерттеудің ғылыми жаңалығы мен қорғауға ұсынылатын тұжырымдар берілді.

Зерттеу жұмысы екі тараудан тұрады. Зерттеу жұмысының «Медиамәтіндерді лингвистикалық тұрғыда зерттеудің теориялық негіздері» атты бірінші тарауында БАҚ тілін зерттеудің жаңа бағыты ретінде қалыптасқан медиалингвистиканың зерттеу нысаны мен қарастыратын проблемалары, зерттелу деңгейі туралы сөз болды. Мәтін, медиамәтін ұғымдарының интерпретациясы және медиамәтіндердің типологиясы мен негізгі категориялары сараланды, балаларға арналған медиамәтіндердің түрлері мен жанрлық тақырыптық жіктелуі қарастырылды.

«Балаларға арналған телебағдарламалардың тілдік және концептуалды кеңістігі» атты екінші тарауда балаларға арналған медиамәтіндердің, тілдік ерекшеліктері, телебағдарлама мәтіндеріндегі когнитивтік бірліктердің тілдік репрезентациясы, медиамәтіндердегі концептілердің метафоралық модельдері айқындалып, вербалды ассоциативті өрісі анықталды.

Балаларға арналған медиамәтіндер мазмұндық ерекшеліктеріне қарай танымдық, оқу-танымдық, ойын-сауық шоу бағдарламалар, спорттық ойын-сауық шоу бағдарламалар, көркем фильмдер мен мультфильмдер деген топтарға жіктеледі.

Балаларға арналған телемәтіндер шартты түрде жас ерекшеліктеріне байланысты және мағыналық түрлеріне байланысты жіктелді.

Жас ерекшеліктеріне байланысты:

- Бөбектерге арналған (0-3 жас);
- Мектепке дейінгі (3-7 жастағы) балаларға арналған;
- Кіші мектеп жасындағы (7-11) балаларға арналған;
- Жеткіншек жастағы балаларға арналған(11-15)телемәтіндер.

Балаларға арналған телебағдарламалар мәтіндерінің лингвистикалық табиғатын зерделеуде, төмендегідей тілдік ерекшеліктері айқындалды:

- Медиамәтіндер тілінде баланың жас ерекшеліктеріне байланысты қысқа, қарапайым сөйлем құрылымдары жиі ұшырасады (толымсыз сөйлемдер, парцелляцияланған құрылымдар, инверсия құбылысы) т.б.

- Медиамәтіндер көбінесе диалогқа құрылады;
- Қарапайым сөздер, жергілікті тіл ерекшеліктері де кездеседі;
- Мақал-мәтелдер, жұмбақтар көптеп қолданылады;
- Бейвербалды құралдардың қызметі ерекше көзге түседі;
- Ағылшын тілінен енген сөздер кездеседі.

Аталған сипаттар балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінің басқа мәтін түрлерінен ажырататын негізгі белгілері болып саналады. ХХІ ғасыр кеңістігіндегі медиамәтіндер – балалардың білім көкжиегін кеңейтіп, дүниетанымын қалыптастыратын, сөз байлығын арттыратын, тәрбие беретін құралдардың бірі. Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндерінің метафоралық және фразеологиялық тілдік бейнесі қазіргі қазақ медиамәтіндерінің антропоэзектік сипаты мен ұлттық кодын айқындауға септігін тигізеді. Тұрақты тіркестердің ұлттық дүниетаным, салт-дәстүрді, ұлттық болмысты танытудағы қызметі ерекше. Тұрақты тіркестерді лингвокогнитивтік аспектіде зерттеу ұлттың тарихи-мәдени ерекшеліктерін, когнитивті ойлау жүйесін, танымдық табиғатын ашуға ықпал етеді. Балаларға арналған медиамәтіндердегі фразеологизмдер – бала санасында дүние туралы фразеологиялық білімдерді сақтау және жүйелеу құралы. Медиамәтіндердегі символдар ұлттық код ретінде белгілі бір идея мен түсінікті жеткізу қызметін атқарады. Символдардың танымдық негізі – уәжділік. Балаларға арналған медиамәтіндердегі осындай символдар балалардың дүниетанымын арттыруға септігін тигізеді, сөздік қорларын дамытады, ұлттық дүниетанымды бала санасына сіңіруге, астарлы ойды тани білуге, ұлттық құндылықтарды бағалауға үйретеді. Зерттеу барысында телебағдарлама мәтіндеріндегі тұрақты тіркестер, концептуалды метафоралар сияқты когнитивтік бірліктердің қазақ медиабейнесін түзуге қызмет ететіні анықталды. Диссертацияда медиамәтіндерде кездесетін мақал-мәтелдердегі ұлттық код айқындалды. Мақал-мәтелдерді антропоэзектік бағыт арқылы зерттеу олардың ұлттық код ретінде танылуына бірден бір жол ашады. Мақал-мәтелдер – ұлттық кодтың рухани арнасы, қайнар бұлағы. Медиамәтіндерде қолданылған мақал-мәтелдер – сан ғасырлар бойы қалыптасып, ұлтымыздың бойына генетикалық жолмен дарыған құндылықтар мен ұлттық ерекшелігімізді айқындайтын қасиеттердің жиынтығы болып табылады.

Қазақ халқының рухани кеңістігі оның мәдениетінен, тілі мен дінінен, этникалық құндылықтарының және әлеуметтік өмірімен тікелей байланысты. Тарихи дәуірлерді басынан өткізген қазақ өркениеті ұлттық кодтың қалыптасуына бірден-бір себеп болады. Ұлттық код – әрбір халықтың рухани өмірінің, болмысы мен тыныс-тіршілігінің, танымы мен әдебінің негізі. Мақал-мәтелдер – халықтың санасы мен дүниетанымының, ұлттық менталитетінің тілдік көрсеткіші. Ұлттың өмірінен, оның қалыптасу тарихынан, мәдениеті мен салт-дәстүрінен, жалпы таным-түсінігінен, тәлім-тәрбиесінен ақпарат беретін мақал-мәтелдердің танымдық табиғатын ашу ұлттық кодтың рухани болмысын тануға мүмкіндік береді. Мақал-мәтелдер – ұлттық менталитеттің тілдік көрсеткіштері. Мақал-мәтел – жалпы халықтың мәдениетін танудың кілті, рухани мәдениетті қалыптастыратын күш, ұлт өмірінің айнасы, мәдени құндылығы жоғары ескерткіші. Балаларға арналған медиамәтіндердегі мақал-мәтелдер – халықтың түп-тамырынан қазіргі кезге дейінгі тіршілігі, қазақ халқының генезисі, ұлт болып қалыптасу және даму тарихынан хабар беретін ақпарат көздерінің бірі.

Балаларға арналған медиамәтіндердегі концептілерді зерттеу арқылы халықтың менталитетін, рухын, жан дүниесін танытатын, ұлттың әлемдік бейнесін сол ұлттың көзімен көруге мүмкіндік беретін тілдік құрылымдардың қазақы ұлттық таным мен дәстүрлі тұрмыс-салты арқылы модельденіп, ұлттық ерекшеліктермен кодталған ұғымдар арқылы репрезентацияланатынына көз жеткіздік. Зерттеу жұмысында медиамәтіндердегі балалардың әлем туралы ұлттық-мәдени танымын бейнелейтін «туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерінің метафоралық моделдері құрылып, медиакөністіктегі концептуалдық мазмұны талданды, сол арқылы аталған концептілердің менталды сипаты ашылды.

Зерттеу нәтижелерін қорытындылай келе, төмендегідей тұжырымдар жасалды:

1. Медиамәтіндерді тіл білімінің когнитивтік, прагматикалық, лингвомәдени, этнолингвистикалық т.б. бағыттарына сәйкес кешенді зерттеу - бүгінгі таңдағы медиалингвистика саласының міндеті болып табылады. Осыған орай, медиалингвистиканың зерттейтін мәселелеріне медиамәтіндердің тілдік сананың қалыптасуына ықпалы, функционалдық және стильдік ерекшеліктері, прагматикалық қызметі, медиамәтін және медиадискурстың арақатынасы, медиамәтіндердің когнитивтік сипаты, медиамәтіндердің концептілік жүйесін айқындау жатады.

2. Медиамәтіндердің негізгі белгілері: медиалық, ақпараттылық, ашықтық, мәдени детерминизм. Медиамәтіндерді медиалық таралу әдісі, жасалу тәсілі, пәні және қызмет түрі, стилі мен тақырыбы, дискурс бойынша бірнеше түрге жіктеуге болады. Балаларға арналған медиамәтіндер медиалық (ақпараттық), фасцинация (тартымдылық), мультимодальділік, аксиологиялық, прагматикалық, интегративтілік, интерпретациялық сипаттарға ие.

3. Балаларға арналған медиамәтіндер жас ерекшеліктеріне байланысты: бөбектерге арналған (0-3 жас), мектепке дейінгі (3-7 жастағы) балаларға арналған, кіші мектеп жасындағы (7-11) балаларға арналған, жеткіншек жастағы балаларға арналған (11-15) телемәтіндер. Жанрлық-спецификалық түрлері: танымдық-ақпараттық, оқу-танымдық, ойын-сауық шоу бағдарламалар, спорттық ойын-сауық шоу бағдарламалар, көркем медиа.

4. Медиамәтін – әлемнің медиабейнесін жасаушы негізгі фактор. Балаларға арналған телебағдарлама мәтіндеріндегі символдар, концептуалды метафоралар, тұрақты тіркестер қазақ медиабейнесін түзуге қызмет етеді. Балаларға арналған медиамәтіндердегі фразеологизмдер – бала санасында дүние туралы фразеологиялық білімдерді сақтау және жүйелеу құралы. Медиамәтіндердегі символдардың танымдық негізі – уәжділік.

5. Паремиялық бірліктерді антропоэзектік бағытта зерттеу олардың ұлттық код ретінде танылуына бірден бір жол ашады. Ұлттық код халықтың ой-танымын, наным-сенімі мен дүниеге көзқарасын, ұлттық болмысын ұрпақтан-ұрпаққа жеткізуші мақал-мәтелдер мазмұнында сақталған. Медиамәтіндердегі мақал-мәтелдер – халықтың болмыс-бітімі, табиғаты, тәлім-тәрбиесі мен әлеуметтік тыныс-тіршілігі, материалдық және рухани әлемі, жалпы тарихи қалыптасуы жайлы барлық ақпараттардың жиынтығы.

6. Медиамәтіндердегі «дала», «шаңырақ», «қамшы» концептілері бала санасындағы қазақы ұлттық таным мен дәстүрлі тұрмыс салты арқылы модельденіп, ұлттық ерекшеліктермен кодталған ұғымдар арқылы репрезентацияланады. Медиамәтіндерде «балалық шақ», «туған жер», «достық» концептілерінің метафоралық модельдері мен фреймдік құрылымдары балалардың әлем туралы ұлттық-мәдени танымын бейнелейді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Серғалиев М. Көгілдір экраннан айтылар сөз немесе осы төңіректегі кейбір ойлар // Халық кеңесі. – Алматы, 1994. 5 наурыз. – 7 б.
- 2 Серғалиев М. Ой мен сөздің жарасымы // Егемен Қазақстан. – Алматы, 1994. 7 қыркүйек. – 3 б.
- 3 Серғалиев М. Телехабарлар тілінің лексикасы және тіл мәдениеті // Терминология және тіл мәдениетінің мәселелері: республикалық ғылыми-практикалық конф. материалдары. – Астана, 2004. – Б. 20-24.
- 4 Машинбаева Г.А. Теледидарлық ток-шоулардың тілдік ерекшеліктері // ҚазҰУ хабаршысы. Филология сериясы. – Алматы, 2009. – №1 – Б.127-131.
- 5 Машинбаева Г.А. Теледидар тілінің лингвопрагматикалық аспектілері: фил.ғыл. канд. ... дисс. – Алматы, 2007. – 125 б.
- 6 Бисмилдина Д.Д. Телехабарлар тілі: фил.ғыл.канд. ...дисс. – Астана, 2009. – 127 б.
- 7 Van Dijk Teun A. News as Discourse. – New York: Hillsdale, 1998. – P. 22
- 8 Дейк ванн Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
- 9 Montgomery M. Introduction to Language and Society. – London: Methuen, and Cook, 1992. – 308 p.
- 10 Fairclough N. Language and Power. – London: Longman, 2001. 2-nd edition. – 226 p.
- 11 Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London: Psychology Press, 1991. – 254 p.
- 12 Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blacswell, 1991. – 277 p.
- 13 Daunta Ri. The Language of Newspapers. – London: New fetter lane, 2002. – 111 p.
- 14 Goddar A. The Language of Advertising. – London, 2011. – 275 p.
- 15 Corner J. Documentary television: The scope of Medialinguistics. – In AILA Review, 2-nd edition.1995. – P. 62.
- 16 Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиалингвистики (на материале английского языка): дис. ...док. филол. наук. – М., 2000. – 364 с.
- 17 Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана. – М., Эдиториал УРСС, 2003. – 520 с.
- 18 Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. – М.: РУДН, 2004. – 380 с.
- 19 Медиалингвистика в терминах и понятиях / Под ред. Л. Р. Дускаевой. – М.: Флинта: Наука, 2018. – 420 с.
- 20 Трескова С.И. Социалингвистические проблемы массовой коммуникации. – М.: Наука, 1989. – 178 с.
- 21 Кривенко Б.В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. – Воронеж: Воронеж, 1993. – 123 с.
- 22 Рождественский Ю. В. Теория риторики. – М.: Флинта, 2015. – 544 с.

- 23 Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры динамические процессы. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2002. – 383 с.
- 24 Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. – М.: КРАСАНД, 2010. – 288 с.
- 25 Черных А. Мир современных медиа. Серия «Университетская библиотека А.Погорельского». – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. – 312 с.
- 26 Қарашева Н. Грамматические особенности языка казахской публицистики начала XX века (на материале журнала «Айкап»): дис. ... канд. филол. наук. – Алма-Ата, 1959. – 190 с.
- 27 Әбілқасымов Б. Алғашқы қазақ газеттерінің тілі. – Алматы: Ғылым, 1971. – 206 б.
- 28 Исаев С. Қазақтың мерзімді баспасөз тілінің дамуы. – Алматы: Қазақстан, 1983. – 203 б.
- 29 Момынова Б. Қазақ газетіндегі қоғамдық-саяси лексика. – Алматы: Арыс, 1998. – 131 б.
- 30 Есенова Қ.Ө. Қазіргі қазақ медиа-мәтіннің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде): фил.ғыл.док. ... дисс. – Алматы, 2007. – 345 б.
- 31 Алдашева А. Қазақ лексикасындағы жаңа қолданыстар: филол. ғыл. канд. ...дисс. – Алматы, 1991. – 210 б.
- 32 Бүркітов О. Қазақ әдеби тілінің публицистикалық стилі (мерзімді баспасөз материалдары бойынша): филол. ғыл. канд. ...дис. автореф. – Алматы, 1996. – 23 б.
- 33 Мукашева М.Т. Научно-популярная периодика Казахстана: истоки, становление и перспективы развития: автореф дис. ... канд. филол.наук. - Алматы, 2000. - 32 с.
- 34 Жақсыбаева Ф.З. Газет мәтінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша): фил.ғыл.канд. ... дисс. – Алматы, 2000. – 153 б.
- 35 Иманбердиева С. Бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін логоэпистемалардың трансформациялануы (газет материалдары бойынша) // С.Аманжолов және қазіргі қазақ филологиясының өзекті мәселелері. – Алматы, 2004. – Б. 199-206.
- 36 Дәулеткереева Н.Ж. Қазақ баспасөзіндегі қайталамалардың прагматикалық мәні: фил.ғыл.канд. ...дисс. автореф. – Алматы, 2010. – 25 б.
- 37 Уәлиев Н. Терминология және тілдік норма // Терминология және тіл мәдениетінің мәселелері: республикалық ғылыми-практикалық конф. материалдары. – Астана, 2004. – Б. 24-31
- 38 Құрманбайұлы Ш. Терминологияны қалыптастырудағы қазақ баспасөзінің рөлі // Қазақ терминологиясы және БАҚ құралдары: республикалық ғылыми-практикалық конф. материалдары. – Алматы, 2003. – Б. 200-202

39 Омарұлы Б. Электронды ақпарат құралдарында термин сөздердің қолданылуы және тіл мәдениетінің сақталу мәселесі // Терминология және тіл мәдениетінің мәселелері: республикалық ғылыми-практикалық конф. материалдары. – Астана, 2004. – Б. 125-130

40 Сыздықова Р., Шалабаев Б. Көркем тексті лингвистикалық талдау. – Алматы, 1989. – 231 б.

41 Сыздықова Р., Ниеталиева Қ. Радио мен теледидар тілі // Қазақ әдеби тілінің ауызша түрі / Жауапты ред. Р. Сыздықова. – Алматы: ҚазССР-нің Ғылым баспасы, 1987. – Б. 198-121

42 Қадырқұлов Қ. Қазақ тіліндегі жаңа қолданыстар: филол. ғыл. канд. дис. ... автореф. – Алматы, 1995. – 24 б.

43 Увайсова М.М. «Жарнама тілі: лингвопрагматикалық аспект»: фил.ғыл.канд. ...дисс. – Алматы, 1995. – 195 б.

44 Асанбаева С.А. Жарнама саласында мемлекеттік тілді қолданудың әлеуметтік лингвистикалық өзекті мәселелері: оларды шешу жолдары: филол. ғыл. канд. ...дисс. – Алматы, 1999. – 150 б.

45 Барлыбаева С. Массовая коммуникация в современном обществе // ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. Вестник КазНУ. Сер. журналистики. -2009. – №1. – С. 45-48.

46 Саяси түсіндірме сөздік. Құраст. авт. Е. Саиров, т.б. – Алматы: Жүйелі зерттеулер институты, 2007. – 616 б.

47 Раймбекова Б.Ж. Газетный текст на русском и казахском языках: дис. ... канд.филол.наук. – Алматы, 1999. – 23 с.

48 Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., 2003. – С. 10.

49 Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров. – М.: Наука, 1978. – 145 с.

50 Дускаева Л. Р. Медиастилистика в России: традиции и перспективы // Журналистика и культура речи.- 2011.- № 3. - С. 7-25.

51 Смағұлова Г., Күркебаев К., Жұмағұлова Ә. Шешендік сөздердің дискурсы. – Алматы: Арыс, 2008.– 184 б.

52 Леонтьев А.А., Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. и др. Национально-культурная специфика речевого поведения. – М.: Наука, 1977. – 352 с.

53 Кузнецов Г.В. ТВ-журналистика. Критерии профессионализма.– М.: РИП-холдинг, 2002. – С. 62.

54 Омашев Н. Қазақ теледидары және оның ұлттық табиғаты // Қазақстан мектебі. – 1994. – № 3. – Б.14-20

55 Соломина А.В. Средства выражения категории культуроспецифичности в аналитических медиатекстах США и Германии. <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vyrazheniya-kategoriikulturospetsifichnosti-v-analiticheskikh-mediatekstah-ssha-i-germanii> 20.08.2023

56 Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект): автореф. дисс... доктора фил.наук. – М., 2012. – 58 с.

57 Габбасова Д.З. Телевизионный диалог ток-шоу немецкого и

казахстанского телевидения как социокультурный момент в коммуникаций: дис. канд. филол. наук. – Алматы, 2005. – 136 с.

58 Современный медиатекст: учебное пособие / отв.ред. Н.А.Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

59 Bonvillain N. Language, Culture and Communication. – New Jersey: Prentice Hall, 1997. – P. 45.

60 Добросклонская Т.Г. К вопросу об изучении текстов массовой информации // Вестник МГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». Специальный выпуск. – М.: МГУ, 1998. – С. 102.

61 Дейк Т.А. ван, Кинч В. Стратегия понимания связного текста/ Новое в зарубежной лингвистике. XXIII. Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – 231 с.

62 Шалабай Б. Мәтінді зерттеудің ғылыми негіздері // Қазақ тілі мен әдебиеті.– Алматы, 2007. – № 10. – Б. 80-87

63 Әділова А. Қазіргі қазақ көркем шығармаларындағы интертекстуалдылықтың репрезентациясы, семантикасы, құрылымы: фил.ғыл.докт. ...дисс. – Алматы, 2009. – 235 б.

64 Сулейменова Э.Д. Понятие смысла в современной лингвистике. – Алма-Ата: Мектеп, 1989. – 160 с.

65 Момынова Б. Тілдегі жаңа бағыттар мен типтік қатынастар: Оқу құралы. – Алматы: «Арыс» баспасы, 2009. – 144 б.

66 Әнес Г. Мәтін және дискурс: қолданысы, мағыналық және тілдік ерекшеліктері// Шәкәрім ғылыми танымдық журналы. – № 3 (24). – Семей, 2014. – Б. 74-78

67 Смағұлова Г. Мәтін лингвистикасы. – Алматы, 2007. – 149 б.

68 Ахатова Б.А. (2006) Политический дискурс и языковое сознание. Алматы: Экономикс. – 302 с.

69 Есенова Қ.Ө. Газет мәтіндеріндегі дәйектеуші модалдылық. // Қазақ тіл біліміндегі функционалдық бағыт. Конференция материалдары – Алматы, 2006. – Б. 133-138

70 Кенжеқанова Қ.К. Мәтін және дискурс ерекшеліктері// Абай атындағы ҚазҰПУ хабаршысы. Филология ғылымдары сериясы. – №1 (51). – Алматы, 2015. – Б. 40-43

71 Кирия К.Д. Новостной телевизионный текст: структура, стратегия, экспрессивность: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – С. 112.

72 Смағұлова Г.Н., Күркебаев К.Қ., Жұмағұлова Ә.М. Шешендік сөздердің дискурсы: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 169 б.

73 Исмаилова Ф.К. Дипломатиялық дискурстың коммуникативтік - прагматикалық аспектісі. Философия докторы PhD ...дисс. Абай атын. ҚазҰПУ, – Алматы, 2023. – 164 б.

74 Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине: по ту сторону знания, власти. – М.: Касталь, 1996. – Б. 448

75 Сулейменова Э.Д. Дискурс в дискурсе казахстанской лингвистики

//Современные проблемы дискурса: теория и практика. Сб. науч. трудов Межд. научно-практ. конф. Центр-Азиатской Ассоц. по Деловому Общению и КазУМОиМЯ им. Абылайхана. – Алматы, 2006. – С.64.

76 Блокдва О. Медиатекст и его виды. Особенности стилистики и риторики. – М.: МГУ, 2013. – С. 2.

77 Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации: учебное пособие. – М.: КДУ, 2012. – С. 28.

79 Засурский И.И. Массмедиа второй республики. – М., 2000. – С. 12.

80 Микоян А.С. Проблемы перевода текстов СМИ: учебное пособие. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / отв.ред. М.Н.Володина. – М.: МГУ, 2003. – С. 23.

81 Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дис. ... докт. фил. наук. – Барнаул: Алтайский ГУ, 2003. – С. 52.

82 Добросклонская Т.Г. К вопросу об изучении текстов массовой информации // Вестник МГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». Специальный выпуск. – М.: МГУ, 1998. – С. 102.

83 Масғұтов С. Көгілдір экран – өмір айнасы. – Алматы: Мектеп, 1976. – 130 б.

84 Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник «Актуальные проблемы современности и журналистика». - 2012. - №1. – С. 13.

85 Казак М.Ю. Медиатекст: сущностные и типологические свойства // Global Media Journal. Глобальный медиажурнал. – Российское издание, 2011. – С. 32.

86 Бекболатұлы Ж. Қазіргі заманғы баспасөз қызметі: оқу құралы. – Алматы, 2019. – 106 б.

87 Ибраева Г. Типология передач для детей (на примере Казахского телевидения). – Алматы, 2021. - С. 127.

88 Сыздық Р. Қазақ тіліндегі ескіліктер мен жаңалықтар. – Алматы: Арыс, 2009, – 272 б.

89 Жаманбаева Қ. Тіл қолданысының когнитивтік негіздері: эмоция, символ, тілдік сана. – Алматы: Ғылым, 1998. – 140 б.

90 Байтұрсынұлы А. Тіл – құрал. – Алматы: Сардар, 2009. – 348 б.

91 Жұбанов Қ. Қазақ тілі жөніндегі зерттеулер. – Алматы: Ғылым, 1966. – 306 б.

92 Аманжолов С. Қазақ тілі теориясының негіздері. – Алматы: Ғылым, 2002. – 368с.

93 Момынова Б. Тілдегі жаңа бағыттар мен типтік қатынастар. – Алматы: Арыс, 2009. – 160 б.

94 Оразалиева Э. Когнитивтік лингвистика: қалыптасуы мен дамуы. – Алматы, 2007. – 302 б.

95 Кенжеқанова Қ.К. Саяси дискурс мәселелері: саяси коммуникация және саяси дискурс // ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. – № 1/2 (37). – Алматы, 2015. – Б. 697-699.

- 96 Гумбольдт В. Язык и философия культуры. – М.: Прогресс, 1985.– 452 с.
- 97 Манкеева Ж.А. Мәдени лексиканың ұлттық сипаты. – Алматы: Ғылым, 1997. – 272 б.
- 98 Колесов В.В. О логике Логоса в сфере ментальности // Мир русского слова. – 2000. – №2. – С. 52-59.
- 99 Кузьмина Н. А. «Язык и знание: На пути получения знаний о языке» – М.: Академия, 2000. – 256 с.
- 100 Сағидолда Г. Дүние-әлемді көру арқылы қабылдаудың тілдік модельдері // КазНУ Хабаршысы. – Алматы, 2016.- № 9. – Б 45-49.
- 101 Тілеубердиев Б. Қазақ ономастикасының лингвоконцептологиялық негіздері. – Алматы: Арыс, 2007. – 280 б.
- 102 Брутян Г.А. Язык и картина мира // Научные доклады высшей школы. Философские науки. – 1973. №1. – С. 93-98
- 103 Күркебаев К.Қ. Қазақ тілінің рухани және материалдық лексикасы. – Алматы: Қазақ университеті, 2020. – 191 б.
- 104 Чичерина Н.В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. – М.: ЛКИ, 2008. – С. 12
- 105 Тырыгина В.А. Жанровая стратификация масс-медийного дискурса. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 320 с.
- 106 Chafe W.L. Discourse, consciousness and time. – Chicago: University of Chicago Press, 1994. – P. 34-39
- 107 Жанұзақов Т. Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. – Алматы: Дайк-Пресс, 2008. – 968 б.
- 108 Мақал-мәтелдердің қазақ өміріндегі орны <https://informburo.kz/kaz/maal-mtelder-aza-mrndeg-orny-olardy-alay-ayyrua-bolady.html> 10.04. 2023
- 109 Балтымова М.Р. Қазақ балалар фольклорының танымдық қызметі// Қазақ әдебиеттану ғылымы: дәстүр және сабақтастық. – Орал: Батыс Қазақстан инновациялық- технологиялық университетінің баспа орталығы, 2023. – 250 б.
110. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам, 2003. – М.: Наука, – 272 б.
111. Аймауытов Ж. Психология (қазақы танымдағы психология). – Астана: Marfu, 2020, – 304 б.
- 112 Смағұлова Г. Қазақ фразеологиясы лингвистикалық парадигмаларда. – Алматы: Елтаным баспасы, 2020. – 256 б.
- 113 Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. –М.: «Школа: языки и литературы», 1997. – 824 с.
- 114 Уәлиханов Ш. Таңдамалы. – Алматы: Ғылым, 1988. – 213 б.
- 115 Әзімжанова Г.М. Көркем мәтіндегі доминант // Тілтаным. – 2004. – № 4. – Б. 67
- 116 Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. – М.: Наука, 2004. – 296 с.

- 117 Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Наука, 2004. – 287 с.
- 118 Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. – М.: Искусство, 1976. – 370 с.
- 119 Уәлиұлы Н. Бата-тілектер. – Алматы: Арыс, 2005. – 88 б.
- 120 Марғұлан Ә. Ежелгі жыр аңыздар. – Алматы, 1985. – 368 б.
- 121 Кенжеахметұлы С. Жеті қазына. – Алматы, 1997. – 134 б.
- 122 Омарбекова Г. Қазақ мақал-мәтелдерінің зерттелу барысы. Болашақ зерттеулерге ұсыныс. – *Türkologia*, 2022. – №2(110). – Б. 45-48
- 123 Қайдар Ә.Т. Халық даналығы. – Алматы: Тоғанай Т, 2004. – 560 б.
- 124 Смағұлова Г. Паремиядағы гендерлік мәселелер // Ш.Уалиханов атындағы Көкшетау мемлекеттік университетінің Хабаршысы. Филология сериясы. – 2017. – №4. – Б. 198–202.
- 125 Лотман Ю.М. Семиосфера. – Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2019. – 640 б.
- 126 Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры: Опыт исследования. – 2-ое изд., испр. и доп. – М.: Академический Проект, 2001. – 990 с.
- 127 Пименова М.В. Концептуальные исследования в современной лингвистике. – СПб., 2010. – Вып. 12. – 558 с
- 128 Жаркынбекова Ш.К. Языковая концептуализация цвета в казахском и русском языках: автореф. докт. фил.наук. – Алматы: КазНУ, 2004. – 49 с.
- 129 Күштаева М.Г. «Тары» концептісінің семантикалық құрылым мен лингвомәдени мазмұны: фил.ғыл.канд дисс. – Алматы: КазҰУ, 2002. – 126 б.
- 130 Әмірбекова А.Б. Концептілік құрылымдардың поэтикалық мәтіндегі ерекшелігі (М. Мақатаев поэзиясы бойынша): филол. ғыл. канд. ... дис. – Алматы, 2006. – 106 б.
- 131 Колесов В.В. Концепт культуры: образ – понятие – символ // Вестник Санкт-Петербург. ун-та. Сер. 2. – СПб., 1992. – Вып. 3. – С. 156-163.
- 132 Смағұлова Г. Қазақ тілінің фразеологиялық сөздігі. – Алматы: Қазақ университеті, 2020. – 398 б.
- 133 Қазақ қамшыны қолынан тастамаған. Электронды ресурс <https://informburo.kz/kaz/aza-nege-amshysyn-olynan-tastamaan.html> 18.09.2023
- 134 Чудинов А. П. Ч Очерки по современной политической метафорологии. – Екатеринбург: Урал.гос.пед.университет, 2013. – 176 с.
- 135 Сыбанбаева А. Метафораның тілдік болмысы және концептуалды метафоралар. – Алматы: Қазақ университеті, 2002. – 265 б.
- 136 Ислам А. Ұлттық мәдениет контекстіндегі дүниенің тілдік суреті (салыстырмалы-салғастырмалы лингвомәдени сараптама): фил.ғыл.докт. ... автореф. – Алматы. 2004. – 54 б.
- 137 Таласпаева Ж.С., Искакова А.С. Поэзия тіліндегі «Туған жер» концептісінің көрінісі. – Петропавл: М. Қозыбаев атындағы СҚМУ, 2018. – 160 б.
- 138 Сыздықова Р. Сөздер сөйлейді. – Алматы: «Ел-шежіре», 2014. Т. 4: – 412 бет

ҚОСЫМША А

«Туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерінің метафоралық модельдері

Метафоралық модель	Фреймдік құрылымдар	Телебағдарлама мәтіндерінен мысал
«Туған жер» концептісі		
Туған жер – жайлы мекен	<i>жайлы мекен, атамекен</i>	<i>Қазақстаным – жайлы мекенім Сенде өстім білмей, қайғы не екенін</i> («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы)
Туған жер – кең дала	<i>кең дала, тау, орман</i>	<i>Ер бабалардан еншіге қалған кең далам</i> («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы)
Туған жер – бесік	<i>бесік</i>	<i>Текті ұрпақ туып, тербететұғын бесігім</i> («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы).
Туған жер – байлық	<i>байлық</i>	<i>Шалқар биігің, дархан пейілің Сезбедім шексіз байлық екенін</i> («Балдәурен» музыкалық бағдарламасы)
«Достық» концептісі		
«Достық – сенім»	<i>сенімді дос, нағыз дос, берік достық, нығайған достық т.б.</i>	<i>«Жақсымен дос болсаң, жетерсің мұратқа, Жаманмен дос болсаң, қаларсың ұятқа» және т.б.</i> («Алтын сақа» бағдарламасы) <i>Достық жырын біліңдер, Туғып ұстап бірлікті Еңбекті сүйіңдер</i> («Достық жыры» бағдарламасы. «Балапан арнасы»)
«Достық адалдық» –	<i>адал дос, шынайы достық, айырылмас дос, адалдық, шыншылдық.</i>	<i>Сұңқар десе сұңқар екенсің! Желаяқ Сұңқар, бұдан былай айырылмас дос болайық!</i> («Әли мен Айя») <i>«Досы көппен сыйлас, досы жоқпен сырлас».</i> <i>«Дос жылатып айтады, дұшпан күлдіріп айтады»</i> («Достар» балаларға арналған көркем фильм) <i>«Достық алтыннан қымбат»</i>

		<i>(«Достар» балаларға арналған көркем фильм)</i>
<i>«Достық – жеңілмейтін күш»</i>	<i>бірлік, ынтымақ қамқорлық, т.б.</i>	<i>Күш бірлікте (Мақал) («Үйрен де жирен» бағдарламасы) Туғып ұстап бірлікті Еңбекті сүйіңдер («Балдәурен» бағдарламасы)</i>
«Балалық шақ концептісі»		
<i>«Балалық шақ – қайталанбас бақыт»</i>	<i>Қуаныш, бақыт</i>	<i>Қызым, қара. Әне, навлин! Уау, мен сендерді көруді қанша күткенімді білсеңдер! Сол үшін қауырсындарыңды бір ашсаңдар менен бақытты жан таппайсыңдар! Бақыттысың ба, балақай? Мәссаған, сене алар емеспін, қандай әдемі! («Эфирде Аека» бағдарламасы)</i>
<i>«Балалық шақ – уайымсыз, алаңсыз өмір»</i>	<i>Бала, отбасы, ата-ана, алаңсыз өмір</i>	<i>Ата: Бүгін қаладан балалар келеді. Айя: Балалар? Қандай балалар? Олар кімдер? Ата: Балалар деген сенің анаң мен әкең, Айятай. Айя: Ата неге балалар дедіңіз? Ата: Сендер де, әкең де, анаң да баласыңдар. Бізге бала болып қала бересіңдер. («Әли мен Айя»).</i> <i>Біз – балдырған баламыз, шаттық әнге саламыз, Қосып, алып сандарды, жазу жаза аламыз, Біз – бақытты баламыз («Әли мен Айя»)</i>
<i>«Балалық шақ – ұшқыр қиял»,</i>	<i>Арман, қиял, ойын, күлкі</i>	<i>Әли: Тезірек жаз болса зой, шіркін! Суда жүзіп жүріп, судың астында балықтарды ұстап алар едім. Ата: Құлыным-ау, баламысың деген, қозы-лақты қуып ұстағаныңдай балықты да ұстағың келеді екен зой. («Әли мен Айя»).</i> <i>Күлші, қане, балақай! («Күлдір бүлдір»)</i>

ҚОСЫМША Ә

Сауалнама сұрақтары мен қорытындылары

Ата-аналарға арналған сауалнама

Құрметті ата-ана!

Сізден балаларға арналған қазақтілді телебағдарламалардың тілдік сапасы мен балалардың сөздік қорын, дүниетанымын арттырудағы рөлін анықтау мақсатындағы сауалнамаға жауап беруіңізді өтінеміз.

1. Сіздің балаңыздың жасы нешеде?

- а) 0-3
- ә) 4-6
- б) 7-12
- в) 12+

2. Балаңыз қазақтілді телебағдарламаларды қарайды ма?

- а) Иә, әрине
- ә) Жоқ, түсінбейді

3. Балаңызға қандай телебағдарлама ұнайды?

- а) Сұхбат, әңгімелесу
- ә) Саяхат, спорт
- б) Интеллектуалды танымдық
- в) Музыкалық - сазды

4. Қазақтілді телебағдарламалар несімен ұнайды?

5. Қазақтілді телебағдарламаларды қаншалықты жиі көреді?

- а) Үнемі
- ә) Жиі
- б) Сирек
- в) Мүлде көрмейді

6. Қазақтілді телебағдарламалар балалардың сөз байлығын және дүниетанымын арттыра ала ма?

- а) Иә, әрине

ә) Жоқ

б) білмеймін

7. Балабақшалардағы балалардың тілі неге мемлекеттік тілде дамымай жатыр деп ойлайсыз?

Балаларға арналған сауалнама

1. Сенің жасың нешеде?

а) 6-9

ә) 10-12

б) 13+

2. Қазақ тілді бағдарламаларды қарайсың ба?

а) Иә, әрине

ә) Жоқ, түсінбеймін

3. Саған қандай бағдарлама, несімен ұнайды?

4. Қазақ тілді бағдарламаларды қаншалықты жиі көресің?

а) Үнемі

ә) Жиі

б) Сирек

в) Мүлде көрмеймін

5. Саған қандай телебағдарламалар ұнайды?

а) Сұхбат, әңгімелесу

ә) Саяхат, спорт

б) Интеллектуалды танымдық

в) Музыкалық - сазды

6. Туған жер, Отан туралы қандай бағдарлама көрдің?

7 Достық туралы қандай бағдарламаларды білесің?

8 Балалық шақ туралы қандай бағдарлама есіңде қалды?

9.Туған жер дегенді қалай түсінесің?

10.Туған жер дегенде көз алдыңа не елестейді?

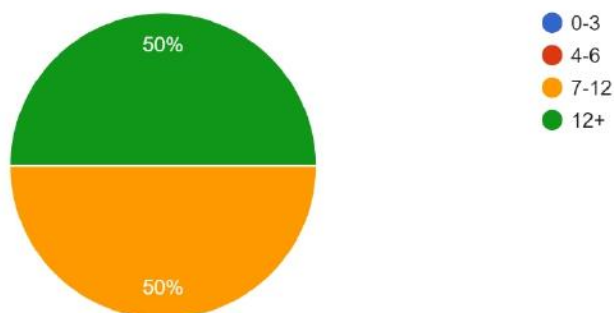
11. Достық ұғымын қалай түсінесің?

12. Балалық шақ дегенді қалай түсінесің?

Ата-аналарға арналған сауалнама

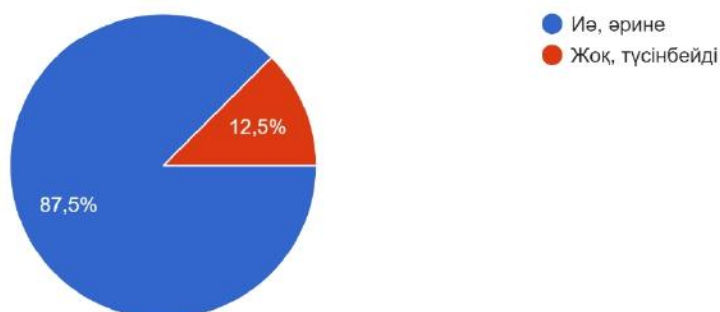
1. Сіздің балаңыздың жасы нешеде?

285 ответов



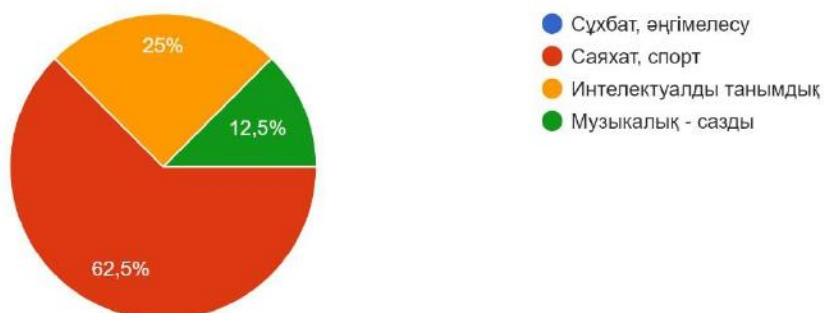
2. Балаңыз қазақтілді телебағдарламаларды қарайды ма?

285 ответов



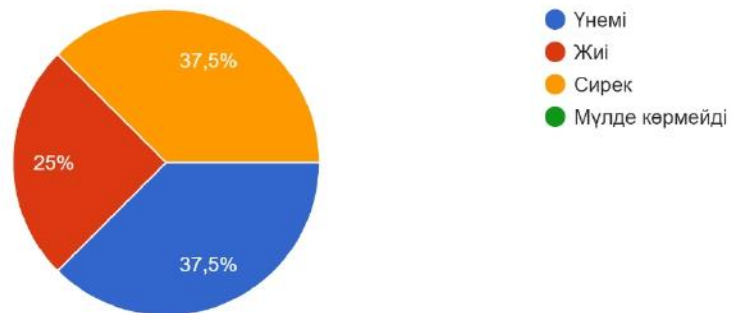
3. Балаңызға қандай телебағдарлама ұнайды?

285 ответов



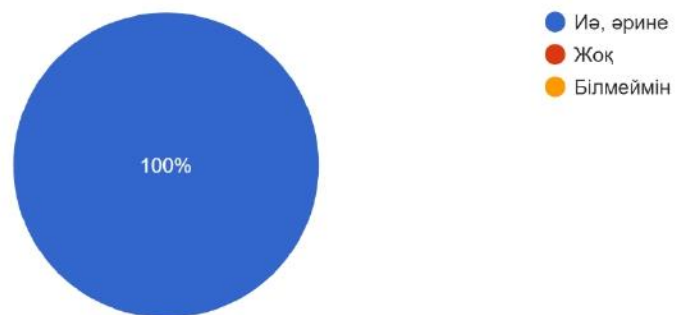
5. Қазақтілді телебағдарламаларды қаншалықты жиі көреді?

285 ответов



6. Қазақтілді телебағдарламалар балалардың сөз байлығын және дүниетанымын арттыра ала ма?

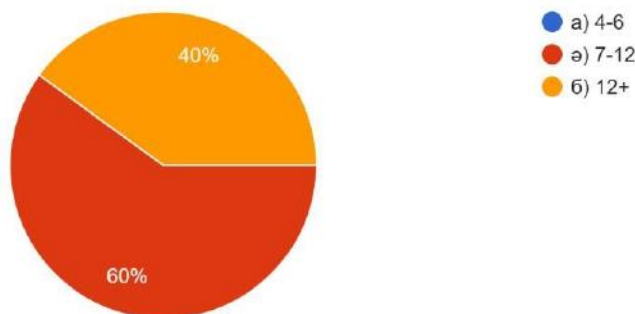
285 ответов



БАЛАЛАРҒА АРНАЛҒАН САУАЛНАМА

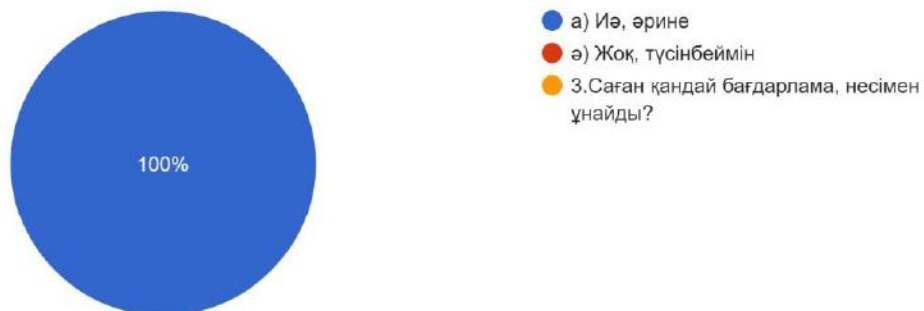
1. Сенің жасың нешеде?

122 ответов



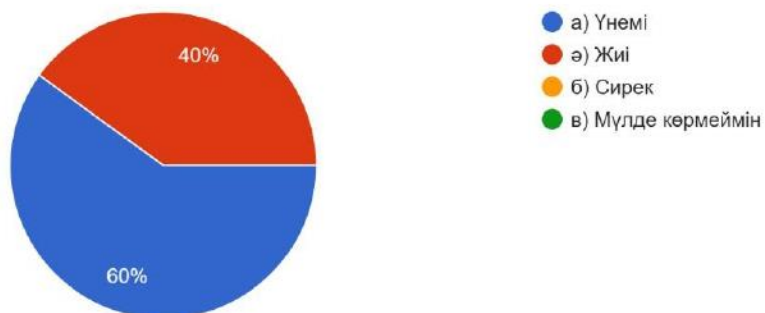
2. Қазақ тілді бағдарламаларды қарайсың ба?

122 ответов



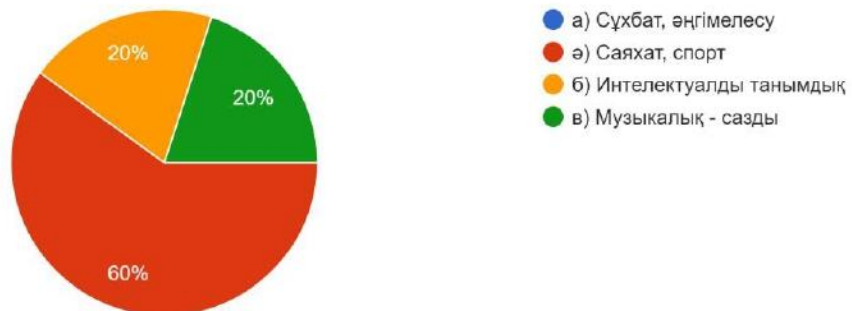
4. Қазақ тілді бағдарламаларды қаншалықты жиі көресің?

122 ответов



5. Саған қандай телебағдарламалар ұнайды?

122 ответов



ҚОСЫМША Б

Статистикалық зерттеу нәтижесі

Медиамәтіндердегі «Туған жер», «достық», «балалық шақ» концептілерін құрайтын сөздердің қолданылу жиілігі бойынша статистикалық зерттеуде тілдік фактілер «Үйрен де жирен», «Еркетай», «Әжемнің ертегісі», «Ғажайыпстанға саяхат» атты телебағдарламалар бойынша барлық саны 50 мәтіннен алынды.

«Туған жер» концептісі	Қолданылу жиілігі
Туған жер	105
Отан	98
Атамекен	55
Ауыл	41
Қала	27
дала	18
Туған ел	15
«Достық» концептісі	
дос	125
достық	103
Адал дос	34
Нағыз дос	21
«Балалық шақ» концептісі	
Балалық	63
Балалық шақ	25
Отбасы	37
Ата ана	54