

## МЕДИАМӘТІН - ӘЛЕМНІҢ МЕДИАБЕЙНЕСІН ЖАСАУШЫ НЕГІЗГІ ФАКТОР

\*Ақабәева М.О.<sup>1</sup>

\*<sup>1</sup>Phd докторант, Әлихан Бөкейхан университеті, Семей қ., Қазақстан  
Республикасы,  
e-mail: [m.akabaeva@kazguu.kz](mailto:m.akabaeva@kazguu.kz)

**Аңдатпа.** Бұл мақалада қазіргі қазақ медиамәтіндерінің когнитивтік ерекшеліктері зерттелген. Сонымен қатар медиамәтін типтері мен олардың тілдік ерекшеліктері, бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің ақпараттық функциясы мен ұйымдастырушылық қасиеті, медиамәтіндердің интерпретациялық қасиеттері, олардың дүниенің ақпараттық бейнесін құрудағы рөлі дәйектеледі.

Зерттеуде когнитивтік тәсіл арқылы медиамәтіндер жеке сөйлеу шығармалары ретінде ғана емес, сонымен қатар ақпаратты өндіру мен таратумен айналысатын адамдар мен ұйымдардың бірлескен қызметінің нәтижесі ретінде қарастырылады. Ғылыми зерттеуде көзделетін мақсат - медиамәтіндер тілінің когнитивтік сипатын айқындау.

Автор қазақ медиамәтіндерінің зерттелуіне шолу жасай келе, қазіргі кездегі медиамәтіндерді когнитивтік аспектіде қарастырудың маңыздылығына тоқталады.

Зерттеу барысында теориялық материалды зерделеу және жүйелеу талдаудың, синтездің және дедукцияның жалпы ғылыми әдістері қолданылды.

Мақалада бұқаралық ақпарат құралдарының қоғам үшін атқаратын негізгі қызметінің бірі – ақпараттық функциясына тоқталады. Ақпараттық функцияны жүзеге асырудағы бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің рефлексиялық қасиетімен байланысы тұжырымдалады. Медиамәтіндердің әлемнің алуан түрлілігін белгілі бір медиа форматында бейнелеуі әлемнің заманауи бейнесін жасаудың негізгі факторы екендігі айтылады. Медиамәтіндерді когнитивтік бағытта зерттеудің артықшылығы ретінде заттың немесе шынайы құбылыстың ақиқат өмірге барынша жақын бейнесін алу үшін оның ішкі құрылымын және жеке құрамдас бөліктерін егжей-тегжейлі зерттеп қана қоймай, оларды қозғалыста, әрекетте, сыртқы дүниемен табиғи функционалдық байланыста көрсететін ерекшелігі баса айтылады.

Сондай ақ, медиамәтіндердің қоғамның сан қырлы идеологиялық міндетін орындаудағы, рухы биік идеяларды насихаттаудағы рөлін, әлеуметтік-психологиялық сипаты, қоғамдық қатынастардағы саяси-әлеуметтік маңызын дәйектей келе, бүгінгі жаһандану жағдайында әлемнің бейнесін жасау механизмі толығымен дерлік БАҚ-қа байланысты деген тұжырым жасалады.

Соңында автор қазіргі медиамәтіндер - әлемнің медиа бейнесін жасаушы негізгі фактор деген қорытындыға келеді.

Мақаланың ғылыми және практикалық маңызы медиамәтіндердің ұлттық танымдық сипатын зерттеуден көрінеді. Зерттеу нәтижелері «Медиалингвистика», «Мәтін лингвистикасы», «Когнитивті лингвистика» салалары бойынша зерттеулерге қосылған үлес болып саналады. Зерттеу нәтижесінде алынған тұжырымдар медиамәтіндердің тілін когнитивтік бағытта тереңірек зерттеуге түрткі бола алады.

**Тірек сөздер:** медиалингвистика, медиамәтін, когнитивтік лингвистика, когниция, дүниенің тілдік бейнесі, әлемнің медиабейнесі, бұқаралық коммуникация, массмедиа

### Негізгі ережелер

Қазіргі кезде массмедиа термині баспа басылымдары, теледидар, радио хабарламалар, интернет беттеріндегі ақпарат қайнарлары, сонымен қатар кино, видео, ұялы телефондық байланыс және т.б. бұқаралық коммуникация құралдары мағынасын білдіреді. Дәстүрлі тіл білімі үшін мәтінге «негізгі қасиеттері бірізділік пен тұтастық болып табылатын таңба бірліктері тізбегінің біртұтас мағыналық байланысы» деген анықтама берілсе, массмедиа 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 белгілерге ие.

### **Кіріспе**

Зерттеушілердің көпшілігі бұқаралық коммуникация деңгейі «мәтін» ұғымына БАҚ-тың медиақасиеттеріне 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.

Орыс тіл білімінде медиалингвистиканың негізін салушы Т.Г. Добросклонскаяның пікірінше, күрделі, көп деңгейлі құбылыс ретіндегі медиамәтін түсінігі жасалу формасы, таралу арнасы және тілдік ерекшеліктері тұрғысынан өте дәл сипаттама беруге мүмкіндік беретін тұрақты параметрлер жүйесімен толықтырылады. Аталған жүйе төмендегідей маңызды параметрлерді қамтиды:

Мәтінді құру әдісі (авторлық – алқалық (коллегиальный))

Жасалу формасы (жазбаша – ауызша)

Қолдану формасы (жазбаша – ауызша)

Тарату арнасы (бұқаралық ақпарат құралдары – тасымалдаушы:баспа, радио, теледидар, интернет)

Мәтіннің функционалдық жанрлық түрі (жаңалықтар, комментарий, көсемсөз, жарнама)

Тақырыптық доминант немесе белгілі бір тұрақты медиатақырыпқа қатысты болу [1]

Қазақ медиамәтіндері тілінің зерттелуіне келсек, қазақ баспасөзінің тілі жөнінде алғаш арнайы қарастырған Н. Қарашеваның еңбегін атап өту орынды. Н.Қарашеваның зерттеуінде «Айқап» журналы тілінің грамматикалық ерекшеліктері қарастырылады. Бұдан кейінгі баспасөз тілі туралы сүбелі зерттеулер – газет тілінің фонетикалық-орфографиялық жүйесі, лексикасы, грамматикалық ерекшеліктерін қарастырған Б.Әбілқасымовтың кандидаттық диссертациясы, О.Бүркітовтың «Қазақ әдеби тілінің публицистикалық стилі» атты кандидаттық диссертациясы, Б.Қ. Момынованың «Қазақ газеттерінің лексикасы: жүйесі мен құрылымы» [2], М. Мұкашеваның «Научно-

популярная периодика Казахстана: истоки, становление и перспективы развития» [3], Ф.З. Жақсыбаеваның «Газет мәтінінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша)» [4], Қ.Ө. Есенованың «Қазіргі қазақ медиа-мәтіннің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде)» [5], А. Алдашеваның «Қазақ лексикасындағы жаңа қолданыстар» [6], Н.Ж. Дәулеткерееваның «Газет баспасөзіндегі қайталамалардың прагматикалық мәні» [7] атты зерттеулері. Бұл еңбектерде қазақ баспасөз тілінің грамматикалық, стилистикалық, лексика-семантикалық және жанрлық т.б. мәселелері қарастырылады.

### **Материалдар мен әдістерді сипаттау**

Қазіргі уақытта бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіндерін когнитивтік аспектіде зерттеу медиалингвистиканың маңызды бөлігі болып табылады. Заттың немесе шынайы құбылыстың ақиқат өмірге барынша жақын бейнесін алу үшін оның ішкі құрылымын және жеке құрамдас бөліктерін егжей-тегжейлі зерттеп қана қоймай, оларды қозғалыста, әрекетте, сыртқы дүниемен табиғи функционалдық байланыста көрсету қажет. Адамзат тілін зерттеуде бұл мүмкіншілікке когнитивтік лингвистика әдістері арқылы қол жеткізуге болады. Зерттеуде сипаттау, жинақтау, жүйелеу әдістері қолданылды.

### **Нәтижелер**

Тіл – тірі организм, ал оның деңгейлері мен жеке құрамдас бөліктері имманентті түрде статикалық жүйе ретінде емес, динамикалық тұрғыдан тілдік ақиқаттан тыс және сөйлеу бірліктерінің жасалуы мен жүйелілігіне, қызметіне және қабылдануына әсер ететін көптеген факторларға байланысты қарастырылады [8, 123 б.].

Когнитивтік зерттеулердің негізгі ұғымы — когниция. *Cognitio* и *cogitatio* деген латын сөздерінен алынған.

Басқаша айтқанда, «таным» ұғымы білім, тәжірибені меңгеру процесін және оның нәтижелерін қамтиды. «Когнитивтік терминдердің қысқаша сөздігінде» танымға «танымдық процесс немесе психикалық және ойлау процестерінің жиынтығы – дүниені қабылдау, қоршаған ортаны қарапайым бақылау, категорияларға бөлу, ойлау, сөйлеу және т.б. адамға немесе әртүрлі сенсорлық-перцептивті арналардан келетін немесе интерпретацияланған түрде жеткізілетін ақпаратты өңдеу» [9, 78 б.], – деген анықтама берілген.

Сонымен, таным адамның ақыл-ой, зияткерлік қабілеттерінің көрінісі ретінде түсініледі және адамның өзін-өзі тануы, өзін және қоршаған әлемді бағалауы, дүниенің ерекше бейнесін құруы тәрізді саналы әрекет пен рационалды ойлауға негіз болатын барлық нәрсені қамтиды.

Тіл құбылыстары ХХ ғасырдың 80-жылдарында жеке бағыт ретінде қалыптасқан когнитивтік лингвистика аясында жаңаша қырынан зерттелуде.

Когнитивтік әдіс ақпаратты беру және өңдеу, заманауи білімді ұйымдастыру және бізді қоршаған әлем туралы идеяларды құру үшін тілді

қолданумен байланысты күрделі процестерді зерттеуге назар аударуға мүмкіндік береді.

Когнитивті лингвистика философиядан бастау алғаны белгілі. Когнитивтік лингвистика мәселелерінің алғашқы пікірлері әл-Фараби мен Аристотель, Платон, Сократ т.б. ежелгі грек ойшылдарының еңбектерінде пайда болды. Когнитивтік зерттеулердің негізгі ерекшелігі – тілдің танымдық деңгейін ажырата білу. Бұл бағыт орыс тіл білімінде Ю. Д. Апресян, Е. М. Кубрякова, Ю. Н. Қараулов, А. Вежбицкая, Н. Д. Арутюнова, В.А. Маслова және басқа зерттеушілердің еңбектері арқылы кеңінен танылған.

Когнитивтік ғылым саласының негізгі мақсаты адамзат санасында дамып келе жатқан маңызды процестердің табиғатын түсіну болып табылады. Когнитивті лингвистика – тіл білімінің құрылымы мен қарым-қатынас формалары туралы түсініктерді тереңдетуге, ақпаратты тіл арқылы сақтауға арналған саласы.

Когнитивтік ғылымның негізгі ұғымдары – «әлем бейнесі» (әлем суреті), «әлемнің тілдік бейнесі» (ғаламның тілдік бейнесі), «әлемнің ұлттық (лингвистикалық) бейнесі» (ғаламның ұлттық бейнесі) және «әлемнің концептуалдық бейнесі». «әлемнің жаһандық бейнесі» т.б. Осы терминдер қатарына «әлемнің медиабейнесі» деген ұғымды да атауға болады.

Әлемнің лингвистикалық бейнесі туралы түсінік В. Гумбольдт идеялары мен этнолингвистика теориясына негізделген. «Әлемнің лингвистикалық бейнесі» терминін алғаш рет Л.Вайсгербер ғылыми айналымға енгізген.

Б.А. Серебренников, В.И. Постовалов, А. А. Уфимцева, Е. С. Кубрякова, В. Н. Телия және т. б. адамзаттың тілдегі рөлі туралы айта отырып, олар адамның бүкіл рухани шығармашылығының нәтижесінде қалыптасатын әлем бейнесін «әлемнің жаһандық бейнесі» деп атайды, оның әлеммен қарым-қатынасын анықтайды.

Әлемнің бейнесі – адамзаттың айналасындағы объективті шындық. Әлем – бұл адам мен қоршаған ортаның өзара әрекеттесуінің көрінісі, ал әлемнің бейнесі – «адам мен қоршаған орта туралы ақпаратты өңдеудің нәтижесі».

Когнитивтік зерттеулер лингвистика, мәдениеттану, антропологистика, психологистика сияқты салаларда қарқынды дамуда. Когнитивті бағыт тіл білімінде сөйлеу тілін халықтың ұлттық рухани құндылықтарымен, дүниетаныммен, ой әлемімен және жанның ерекшеліктерімен тығыз байланысты қарастырады. Қазіргі таңда әлемнің лингвистикалық бейнесін құру мәселелері, сондай-ақ онымен байланысты категориялар мен концептуализация проблемалары зерттеушілердің қызығушылығын туғызуда. Категоризация және концептуализация - келіп түсетін ақпаратты түсінуді реттейтін процестер [10, 25 б.]. Олардың көмегімен шындықтың когнитивті ассимиляциясы жүзеге асады: адам өзі және өзін қоршаған әлем туралы білімді құрылымдайды, жүйелейді, ұдайы ұлғайып келе жатқан түсініктер мен категориялар түріндегі ақпаратты бірізге келтіріп, ұйымдастырады, осылайша бір-бірінен алшақ ақпаратты жүйеленген білімге айналдырады.

Мұның бәрі БАҚ мәтіндерін зерттеу үшін үлкен маңызға ие екені анық. Когнитивтік тәсіл медиамәтіндерді жеке сөйлеу шығармалары ретінде ғана емес, сонымен қатар ақпаратты өндіру мен таратумен айналысатын адамдар мен ұйымдардың бірлескен қызметінің нәтижесі ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

### **Талқылау**

Когнитивтік зерттеуде медиалингвистика ақпараттық процестерді түсіну үшін медиамәтіндердің интерпретациялық қасиеттері, олардың дүниенің ақпараттық бейнесін құрудағы рөлі, бұқаралық өндіріс пен қабылдауға әсер ететін мәдени ерекше және идеологиялық факторлар медиамәтіндер, бейнелер мен стереотиптерді құрудың лингво-медиа әдістері сияқты маңызды мәселелерге ерекше назар аударады.

Бұқаралық ақпарат құралдарының қоғам үшін атқаратын негізгі қызметінің бірі – бұқаралық аудиторияны елімізде және шетелде болып жатқан оқиғалар туралы хабардар етуден тұратын ақпараттық функция. Ақпараттық функцияны жүзеге асыру бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің рефлексиялық қасиетімен тығыз байланысты. Медиамәтіндердің қоршаған бүгінгі әлемнің алуан түрлілігін белгілі бір медиаформатында бейнелеуі әлемнің заманауи бейнесін жасаудың негізгі факторы болып табылады. Мерзімді басылымдардың интернет нұсқалары да танымал. Соңғы жылдары блогерлер, жүйелік журналдардың авторлары көбейді. Жалпы, қоғамның сан қырлы идеологиялық міндетін орындауда, рухы биік идеяларды насихаттауда бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі артып келеді. Оның әлеуметтік-психологиялық сипаты күн сайын артуда. Оның қоғамдық қатынастардағы саяси-әлеуметтік рөлі де сан алуан. Бүгінгі таңда БАҚ ағарту, үгіт-насихат, ұйымдастыру, топтық жұмыстарды атқаруда. Жаңалықтар ағынын күнделікті жаңарту, тұрақты форматты ұяшықтарды сәйкес ақпаратпен толықтыру, бір жағынан, әлемнің ақпараттық бейнесін динамикалық түрде көруге мүмкіндік береді, ал екінші жағынан, оның ішкі құрылымдық және тақырыптық тұрақтылығы мен жүйелілігін көрсетеді.

Осылайша, «халықаралық саясат», «экономика және бизнес», «білім беру» сияқты үлкен тақырыптық блоктарға және жеке тақырыптарға, мысалы: «саяси қайраткерлермен кездесулер», «ауа райы» және т.б. жататын жаңалықтар репортаждарын талдау, тиісті пән мәтіндерінде жүйелі түрде қайталанатын бірқатар тұрақты синтагматикалық бірліктерді анықтауға мүмкіндік береді.

Ақпараттық қоғам жағдайында әлемнің бейнесін жасау механизмі толығымен дерлік БАҚ-қа байланысты. Қазіргі заманда адамдар айналадағы шындықтың не екенін және айналадағы шындықтың қалай өзгертетіні туралы ақпараттың басым бөлігін газеттердің, радионың және теледидардың көмегімен, кейінгі жылдарда әсіресе жастар жағы ұялы телефон, гаджеттер арқылы интернет желісінен алады. Республикамыздың барлық аймақтарында бірнеше республикалық газет-журналдар шығарылады және мемлекеттік телевизия мен радиостанциялар хабар таратады. Электрондық БАҚ

мемлекеттік хабар тарату жүйелерін пайдаланады. Сондай-ақ жақсы жолға қойылған кабельдік немесе спутниктік тарату жүйесі бар. Елімізде «Хабар», «Қазақстан», «Ел арна» – мемлекеттік телеарналар, жекеменшік – КТК, НТК, «Рахат», «Жетінші арна», «31 арна» және т.б. телеарналар жұмыс істейді. Бүгінгі таңда жалпы халыққа ыңғайлы және көпшілікке қолжетімді болып отырған ақпарат құралы – Интернет-медиа. Интернет пайдаланушылардың көбеюі интернет басылымдарының артуына ықпал етуде. Интернет пайдаланушылар қоғамдық-саяси бағытты да, ақпараттық, ойын-сауықтық бағытты да пайдаланады.

Әлемнің түкпір-түкпірінде болып жатқан оқиғалар туралы біздің біліміміз бен түсініктеріміз негізінен бұқаралық ақпарат құралдарының күнделікті берілетін мәліметтері мен түсіндірулеріне байланысты. Осылайша, БАҚ әлемнің ақпараттық бейнесін қалыптастыруда шешуші рөл атқарады.

Осыған байланысты бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің ұйымдастырушылық қасиеті де үлкен маңызға ие. Ақпараттық кеңістікті БАҚ материалдарының нақты тақырыптық құрылымында көрсетілген тұрақты концептуалды үлгілерге сәйкес құру арқылы БАҚ дүниенің үйлесімді, реттелген бейнесін жасайды және сақтайды.

Дүниенің ақпараттық бейнесі ұғымы дүниенің тілдік бейнесімен тығыз байланысты, ол «тілде анықталған дүниетаным, идеология, құндылықтар жүйесі», адам өмірі және қоршаған шындықты түсіндіру туралы идеялардың тілдік формасы ретінде түсініледі. Дүние суретінің тілдік көріністерінің аумағы өте үлкен: тілде сол немесе басқа адамдардың құндылықтар жүйесі туралы, оның ғалам туралы идеяларының социопатиялық-мәдени ерекшелігі туралы ең бай ақпарат бар.

Мұнда лексика-семантикалық қабат ерекше рөл атқарады, онда әлем моделінің мағыналық және құндылық параметрлері айқын және жасырын түрде көрсетіледі. Жеке сөзде, оның құрылымдық және лексика-фразеологиялық байланыстарында белгілі бір тілдік қауымдастықтың дүниетанымдық ерекшеліктері, өмірлік құндылықтары, тарихи тәжірибесі мен генетикалық жады жинақталады.

Соңғы жылдары дүниенің лингвистикалық бейнесін зерттеуге деген қызығушылықтың артуы көрнекті зерттеуші В.фон Гумбольдт идеяларынан бастау алады. Оның «ұлттық рухтың әрекеті ретіндегі тіл туралы», тілдердің «дүниетанымды» тұрғысынан айырмашылығы туралы ойлары «имманентті» лингвистикадан («өзін-өзі және өзі үшін» зерттеуге бағытталған) тілді адаммен, оның санасымен, ойлауымен, рухани-тәжірибелік қызметімен тығыз байланыста зерттеуді өз алдына мақсат етіп қойған антропологиялық лингвистикаға көшуге ықпал етті. В.фон Гумбольдт идеялары және олардың қазіргі заманғы зерттеулердегі дамуы бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерін зерттеу үшін үлкен маңызға ие.

Дүниенің тілдік бейнесі сияқты дүниенің ақпараттық бейнесі де дүниетанымның ұлттық мәдени ерекшеліктерін және құндылық қатынастар жүйесін бейнелейтіндіктен мәдени тұрғыдан ерекше. Бұқаралық ақпарат

құралдарының мәтіндерінде дүниенің тілдік және ақпараттық бейнесінің үйлесімділігі байқалады.

Медиамағлұматтардың тілдік ерекшеліктерінің бірі ретінде жазбаша және бейбервалды коммуникация элементтерінің кіріктіре қолданылуын айтуға болады. Интернет жарнама мәтіндерінде тартымды, қанық фотосуреттер қаншалықты көп болса, медиамағлұмат соншалықты адресаттар назарын аударады. Фотосуреттер – адресаттар бойында сенімділікті арттыра түсетін сендіру тәсілі.

Сонымен қатар, медиамағлұматтарда оқырманның есінде қалатын айрықша бейнелер жасау үшін метафоралар белсенді қолданылады. Соғыс ошағы, саяси арена, ақпараттық жарылыс және т.б. сияқты метафораларды баспасөз беттерінен ұшырастырамыз.

Әлеуметтік желідегі медиамағлұматтардың ерекшеліктерінің бірі ретінде графикалық құралдардың қолданысын айтуға болады.

Графикалық құралдар көрінісі мәтінде кейбір сөздер мен сөз тіркестерін арнайы қалың қаріппен бөліп көрсету немесе бас әріптермен жазылуынан да көрінеді. Адресант осы әдіс арқылы негізгі айтылатын ақпаратқа екпін қояды, яғни прагматикалық ниет іске асады.

Ақпаратты баяндау кезінде адресаттар жағымды немесе жағымсыз эмоционалды көңіл күйін білдіру барысында эмфатикалық-орфографиялық қолданыстар ұшырасады. Бұл құбылысты логикалық екпін деуге де болады.

Окказионал лексикалық бірліктер – сөз құраудың ойнақы элементі. Окказионал лексемалар мәтінге экспрессивтілік рең беретін бір мезеттік бірліктер деп түсінуге болады. Әсіресе жаңалықтар мәтіндерінде «жұмыртқадан жүн қырқатындай жұлымыр», «қалтаңызды қағып алады», «солақай талап», «космостық жылдамдықпен өсу», «жетеғабыл қонақүйлердің аздығы», «бай-бағландар», «қос бүйрегінді сатып кететіндей қымбат», «кеңейген сүрлеумен жүру» т.б. окказионал қолданыстар ұшырасады.

Саясат, ғылым сияқты тақырыптағы медиамағлұматтар арнайы академиялық терминдер, фактілерді қолданумен ерекшеленсе, жарнама мәтіндері, жаңалықтар, комментарийлерден көпшілікке түсінікті ауызекі сөйлеу стилінің лексикалық ерекшеліктерін байқауға болады.

Тұлғалар туған киелі өңір. Бұл жерлерді білмейтіндер, әй жоқ-ау. Барып көрмесе де, хабардар. («Егемен Қазақстан», 28 қыркүйек 2021 жыл)

Әлеуметтік желілердегі тілдік қолданыста англицизмдерді қолдану аға буын өкіліне қарағанда, жастар коммуникациясы арасында жиі кездесетін құбылыс.

Сондай ақ веб-сайлау, веб-сабақтар, веб-шолғыш, веб-қосымша, веб-әзірлеу, веб-құрылғы, метаөңдеу, метамәлімет, метатұрақты, метатіл және т. б. кірме сөз бен төл сөзден құралған будан аталымдарды жиі кездестіреміз.

Жарнама мәтіндерінің басым көпшілігінде англицизм болашақ тұтынушының жарнамаланатын тауарға немесе қызметке назарын аударатын элементтер ретінде қызмет атқарады. Жарнамашылар көбінесе сөздің ағылшындық нұсқасын калькалайды. Мысалы: донатс, имидж, тур, вип, сейл, блокбастер, груминг, инсталляция.

Медиамәтіндерде кездесетін базалық концептілерді бірнеше тақырыптық топтарға жіктедік:

1) геосаяси концептілер (Қазақстан, Ресей, Америка, Германия, Франция, Қытай, Украина, Мәскеу, Астана, ауыл, аудан, аймақ т.б.);

2) саяси және институционалдық (билік, адалдық, еркіндік/ерік, демократия, саясаткер, президент, шенеунік, жемқорлық, парақорлық);

3) әлеуметтік (элита, жолдас, бай, кедей, ақша, табыс, зиялы, отбасы, табысты ер, табысты әйел);

4) спорт (жеңімпаз, жүлдегер, чемпион);

5) рухани мәдениеттік концептілер (ақиқат, ақыл, парасат, борыш, намыс, ар-ождан, достық, жақсылық, зұлымдық, әділдік, құқық, ақиқат, заң, сұлулық, т.б.).

Медиамәтіндердегі концептілер дүниенің ақпараттық бейнесін беруде маңызды роль атқарады. Бұл, әсіресе, әлемдік ақпараттық кеңістікті ұйымдастырудың тілдік және мәдени ерекшеліктерінен көрінеді. Әлемдік ақпарат ағынының жаһандануы мәдениеттердің өзара әсер ету және өзара әрекеттесу процесімен тығыз байланысты болса, белгілі бір лингвомәдени құрамдас бөліктердің өзіндік салмағы бірқатар экономикалық, саяси және әлеуметтік-мәдени факторларға байланысты.

### **Қорытынды**

Әлемнің ақпараттық бейнесінің мәдени ерекшелігі көптеген факторларға, соның ішінде берілген тілдегі мәдениеттің белгілі бір түрінің басым болуына байланысты [11, 41 б.]. Ол жаңалықтар ағынын ұйымдастырудың ұлттық-мәдени ерекшеліктерінен де көрінеді. Мәдениеттану шеңберінде мәдениеттің басым түрін анықтау бірнеше параметрлер негізінде жүзеге асырылады, мысалы, мәдениеттің жеке адамға немесе ұжымға бағдарлануы, жоғары мәдени контекстің болуы, этноцентризмнің жоғары немесе төмен дәрежесі

Мұндай «мәдени доминант» міндетті түрде бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінде көрінеді, мысалы, ағылшын, орыс және қазақ тіліндегі жаңалықтар мәтіндерінің тақырыптық құрылымын салыстыру кезінде байқалады.

Ақпараттық кеңістікті ұйымдастырудың ұлттық-мәдени ерекшелігі ақпарат ағынын құрылымдаудың әртүрлі тәсілдері түрінде, басқаша айтқанда, медиаформат деңгейінде ғана емес, сонымен қатар мазмұн деңгейінде де көрінеді. Бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің мазмұндық жағына салыстырмалы талдау жүргізгенде, елдегі және шетелдегі саяси өмір, бизнес, жаңалықтар, мәдениет, спорт және т.б. сияқты әмбебап тақырыптарды қамтуға негізделген жалпы тақырыптық үлгінің ұқсастығына қарамастан, әртүрлі елдердің бұқаралық ақпарат құралдарында белгілі бір мәдениетке тән тақырыптарды анықтауға болады.

### **ӘДЕБИЕТ**

[1] Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М., 2008. – С. 120.



[2] Момынова Б. Газет лексикасы: (жүйесі мен құрылымы) / Алматы: Арыс, 1999. – 227 б.

[3] Мукашева М.Т. Научно-популярная периодика Казахстана: истоки, становление и перспективы развития: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2000. – 24 б.

[4] Жақсыбаева Ф.З. Газет мәтінінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша): филол. ғыл. канд. дисс. ... автореф. – Алматы, 2000. – 24б.

[5] Даулеткереева Н.Ж. Қазақ баспасөзіндегі қайталамалардың прагматикалық мәні (2007-2009 жылдар): филол. ғыл. канд. дисс. ... автореф. – Алматы, 2010. – 25 б.

[6] Есенова Қ. Қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде) // филология ғылымдарының докторы ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. – Алматы, 2007. – 157 б.

[7] Алдашева А. Мерзімді баспасөз тілінің лексикалық құрамы жайында // Вопросы тюркского языкознания. Материалы первой межреспубликанской конференции молодых лингвистов- тюркологов. – Алматы: Наука, 1985. – С. 173-180

[8] Вендина Т.И. Русская языковая картина мира сквозь призму словообразования. М., 1998. – 240 с.

[9] Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М.: Наука, 1996. – 245 с.

[10] Оразалиева Э. Когнитивтік лингвистика: қалыптасуы мен дамуы. – Алматы, 2007. – 302 б.

[11] Жаманбаева Қ. Тіл қолданысының когнитивті негіздері: эмоция, символ, тілдік сана. – Алматы: Ғылым, 1998. – 140 б.

## REFERENCES

[1] Dobrosklonskaya T.G. Medialingvistika: sistemnyj podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya anglijskaya mediarech. (Medialinguistics: a systematic approach to studying the language of the SMI: modern English media). М., 2008. S. 120. [In Rus.]

[2] Momynova B. Gazet leksikasy: (zhyjesi men kurylymy) (Newspaper vocabulary: (system and structure)). Almaty: Arys, 1999. 227 b. [in Kaz.]

[3] Mukasheva M.T. Nauchno-populyarnaya periodika Kazakhstana: istoki, stanovlenie i perspektivy razvitiya (Scientific and popular periodical of Kazakhstan: origins, stanovleniya and prospects of development) Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Almaty, 2000. 24 b. [In Rus.]

[4] Dzhaksybayeva F.Z. Gazet matininin pragmatikalık funkcziyasy (kazak tilinde shygatyn gazet materialdary bojnynsha). (Pragmatic function of newspaper text (based on newspaper materials published in the Kazakh language)) filol.gyl.kand.diss. ... avtoref. Almaty, 2000. 24 b. [in Kaz.]

[5] Dauletkerееva N.Zh. Қазақ баспасөзіндегі қайталамалардың прагматикалық мәні (2007-2009 жылдар) (Pragmatics of repetitions in the Kazakh press value (2007-2009)) filol. gyl. kand. diss... avtoref. Almaty, 2010. 25 b. [in Kaz.]

[6] Esenova K. Kazirgi kazak media-matinin pragmatikasy (kazak baspasoz materialdary negizinde) (Pragmatics of the modern Kazakh media text (based on the materials of the Kazakh press)) filologiya gylymdarynyn doktory gylymi darezhesin alu ushin dajyndalghan dissertacziya. Almaty, 2007. 157 b. [in Kaz.]

[7] Aldasheva A. Merzimdi baspasoz tilinin leksikalık kuramy zhajynda // Voprosy tyurkskogo yazykoznaniiya. Materialy pervoj mezhrespublikanskoj konferencii molodyh lingvistov- tyurkologov. Almaty: Nauka, 1985. S. 173-180 (On the lexical composition of the language of the periodical press/questions of the Turkic language). [in Kaz.]

[8] Vendina T.I. Russkaya yazykovaya kartina mira skvoz prizmu slovoobrazovaniya. (The Russian language picture of the world through the prism of word formation). М., 1998. 240 с. [In Rus.]

- [9] Kratkij slovar kognitivnykh terminov (Brief dictionary of cognitive terms) E.S. Kubryakova, V.Z. Demyankov, Yu.G. Pankracz, L.G. Luzina. M.: Nauka, 1996. 245 s. [In Rus.]
- [10] Orazalievа E. Kognitivtik lingvistika: kalypstasuy men damuy. (Cognitive linguistics: formation and development) Almaty, 2007. 302 b. [in Kaz.]
- [11] Zhamanbaeva K. Til koldanysynyn kognitivti negizderi: emociya, simvol, tildik sana. (Cognitive bases of language use: emotion, symbol, language consciousness). Almaty: Gylym, 1998. 140 b. [in Kaz.]

## МЕДИАТЕКСТ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР В СОЗДАНИИ МЕДИАКАРТИНЫ МИРА

\*Акабаева М.О.<sup>1</sup>

\*<sup>1</sup> Phd докторант, Alikhan Bukeikhan University,  
г. Семей, Республика Казахстан,  
e-mail : [m.akabaeva@kazguiu.kz](mailto:m.akabaeva@kazguiu.kz)

**Аннотация.** В данной статье исследуются когнитивные особенности современных казахских медиатекстов. Особое внимание уделяется образам медиатекстов и их языковым особенностям, информационной и организационной функциям средств массовой информации, интерпретационным свойствам медиатекстов, а также их роли в построении информационной картины.

В статье медиатекст рассматривается не только как когнитивный инструмент индивидуальной коммуникации, но и как результат совместного результата извлечения и распространения информации между людьми и организациями. Цель научного исследования заключается в том, чтобы выявить особенности когнитивного языка в медиатекстах.

Автор статьи, проводя обзор исследований казахских медиатекстов, основывается на необходимости рассмотрения современных медиатекстов в когнитивном аспекте.

При написании данной статьи использовались такие общие научные методы, как исследование, систематизация, синтезирование и дедукция.

В статье акцентируется внимание на одной из основных функций СМИ в обществе – информационной функции. Формулируется связь с рефлексивными свойствами текстов СМИ в реализации информационной функции. Тот факт, что медиатексты отражают многообразие мира в определенном медиаформате, является ключевым фактором в создании современного образа мира.

Преимуществом изучения медиатекстов в когнитивном направлении является не только детальное изучение их внутренней структуры и отдельных компонентов с целью получения наиболее реалистичного представления об объекте или реальном явлении, но и тех особенностей, которые отражают их в движении, действии и естественной функциональной связи с внешним миром.

Анализируя роль медиатекстов в выполнении многогранной идеологической миссии в обществе, пропаганде духовных идей, их социально-психологический характер, политическую и социальную роль в общественных отношениях, автор делает выводы, что механизм создания образа мира в современных условиях глобализации зависит от средств массовой информации.

В конце статьи приводится заключение о том, что современные медиатексты являются основными факторами в построении медиакартины мира.

Научная и практическая значимость статьи проявляется в изучении национального познавательного характера медиатекстов. Результаты исследования являются вкладом в исследования по медиалингвистике, лингвистике текста, когнитивной лингвистике.

Выводы, сделанные в ходе исследования, могут быть полезны при изучении когнитивного аспекта медиатекстов.

**Ключевые слова:** медиалингвистика, медиатекст, когнитивная лингвистика, когниция, языковая картина мира, медиакартина мира, массовая коммуникация, массмедиа

## **MEDIA TEXT IS A KEY FACTOR IN CREATING A MEDIA PICTURE OF THE WORLD**

\*Akabaeva M.O<sup>1</sup>.

\*<sup>1</sup>doctoral student in the specialty Philology, Alikhan Bukeikhan University, Semey, Republic of Kazakhstan,  
e-mail : [m.akabaeva@kazguiu.kz](mailto:m.akabaeva@kazguiu.kz)

**Abstract.** This article explores the cognitive features of modern Kazakh media texts. Particular attention is paid to the images of media texts and their linguistic features, the information and organizational functions of the media, the interpretive properties of media texts, as well as their role in building an information picture.

In the article, the media text is considered not only as a cognitive tool for individual communication, but also as a result of the joint result of extracting and disseminating information between people and organizations. The purpose of scientific research is to identify the features of the cognitive language in media texts.

The author of the article, reviewing the studies of Kazakh media texts, is based on the need to consider modern media texts in a cognitive aspect.

When writing this article, general scientific methods were used, such as: research, systematization, synthesis and deduction.

The article focuses on one of the main functions of the media in society - the information function. The connection with the reflexive properties of media texts in the implementation of the information function is formulated. The fact that media texts reflect the diversity of the world in a certain media format is a key factor in creating a modern image of the world.

The advantage of studying media texts in a cognitive direction is not only a detailed study of its internal structure and individual components in order to obtain the most realistic idea of an object or a real phenomenon, but also those features that reflect them in movement, action and natural functional connection with the outside world.

Analyzing the role of media texts in fulfilling the multifaceted ideological mission of society, promoting spiritual ideas, their socio-psychological nature, political and social role in public relations, the author concludes that the mechanism for creating an image of the world in modern conditions of globalization depends on the media.

At the end of the article, a conclusion is made that modern media texts are the main factors in building a media picture of the world.

The scientific and practical significance of the article is manifested in the study of the national cognitive nature of media texts. The results of the study are a contribution to research in the areas of "Medialinguistics", "Text Linguistics", "Cognitive Linguistics".

The conclusions revealed during the study can be useful in studying the cognitive aspect of media texts.

**Keywords:** media linguistics, media text, cognitive linguistics, cognition, language picture of the world, media picture of the world, mass communication, mass-media

*Статья поступила 06.05.2022*