



ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ
ФИЛОЛОГИЯ ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ ФАКУЛЬТЕТИ
ҚАЗАҚ ТІЛ БІЛІМІ КАФЕДРАСЫ



Профессор Талғат Сайрамбаевтың 80 жылдығына арналған
**«ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚ ТІЛ ӨРКЕНИЕТ БӘСЕКЕСІНДЕ: ЗЕРТТЕУ
ПАРАДИГМАЛАРЫ ЖӘНЕ ОҚЫТУДЫҢ МОБИЛЬДІ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ»**

атты халықаралық ғылыми-әдістемелік онлайн-конференцияның
МАТЕРИАЛДАР ЖИНАҒЫ

Алматы, 28-29 сәуір 2017 жыл

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
международной научно-методической онлайн-конференции
**«СОВРЕМЕННЫЙ КАЗАХСКИЙ ЯЗЫК В УСЛОВИЯХ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЦИВИЛИЗАЦИИ:
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПАРАДИГМЫ И МОБИЛЬНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ»** посвященный 80-летию юбилею
профессора Талгата Сайрамбаева

Алматы, 28-29 апрель 2017 год

COLLECTION of MATERIALS
of International scientific-methodical online conference
**«MODERN KAZAKH LANGUAGE IN THE CONDITIONS
OF COMPETITIVENESS OF CIVILIZATION: RESEARCH
PARADIGMS AND MOBILE TECHNOLOGIES OF TEACHING»**
dedicated to the 80th anniversary of the Doctor of Philological Sciences,
Professor Talgat Sairambaev

Almaty, 28-29 April, 2017

ӘОЖ 811,512,122
КБЖ 81.2
Қ21

Шығарылымға Филология және әлем тілдері факультетінің
Ғылыми кеңесі шешімімен ұсынылған

Редакция алқасы:

Әбдіманұлы Әмірхан – филология және әлем тілдері факультетінің деканы, ф.ғ.д., профессор
Әміров Әбдібек Жетпісұлы – Қазақ тіл білімі кафедрасы менгерушісінің м.а., ф.ғ.к., доцент
Иманқұлова Салтанат Меркібайқызы – Қазақ тіл білімі кафедрасының доценті, ф.ғ.к.

Редакция алқасының мүшелері:

Иманалиева Ғазиза Қынуарбекқызы – Қазақ тіл білімі кафедрасының профессоры, ф.ғ.к.
Мамаева Мәкен Қасымбайқызы – Қазақ тіл білімі кафедрасының доценті, ф.ғ.к.
Аширова Анар Тишибайқызы – Қазақ тіл білімі кафедрасының доценті, ф.ғ.к.
Әнесова Үміт Ғарифоллақызы – Қазақ тіл білімі кафедрасы менгерушісінің ғылыми-
инновациялық жұмыс және халықаралық ынтымақтастық жөніндегі орынбасары, PhD
Ахмет Ақбөпе Нұрқадырқызы – «6M020500-Филология» мамандығының 1-курс магистранты

«Профессор Талғат Сайрамбаевтың 80 жылдығына арналған «Қазіргі қазақ тілі өркениет
бәсекесінде: зерттеу парадигмалары және оқытудың мобильді технологиялары» атты халықаралық
ғылыми-әдістемелік онлайн конференцияның материалдары (2017 жылдың 28-29 сәуірі). –
Алматы: Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2017. – 357 бет.

ISBN 978-601-04-003-6

ӘОЖ 811,512,122
КБЖ 81.2

ISBN 978-601-04-003-6

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2017

МАЗМҰНЫ

<i>Исанова А.</i> Ақжарқын жан еді.....	6
<i>Тасымов А.</i> Көрнекті ғалым Талғат Сайрамбаевтың туғанына – 80 жыл.....	7
<i>Смағұлова Г.Н.</i> Талғат Сайрамбайұлы – сөз тіркесінің білгір маманы	9
<i>Салқынбай А.Б.</i> Айқын қағида, нақты тілдік дерек (профессор Т. Сайрамбаевтың ғылыми зерттеулері қажында).....	12
<i>Ермекова Т.Н.</i> Синтаксистік жүйені тұтастыра зерттеуші тұлға.....	16
<i>Сағындықұлы Б.</i> Синтаксистің сардары – Сайрамбаев.....	18
<i>Ыбырайым Ә.О.</i> Ғалым-ұстаз туралы толғаныс.....	21
<i>Рамазанова Ш.Ә.</i> Ұлағатты ұстаз.....	23

I СЕКЦИЯ

ПРОФЕССОР ТАЛҒАТ САЙРАМБАЕВ ҒЫЛЫМИ МЕКТЕБІНІҢ ІЗДЕНІСТЕРІ

<i>Мамаева М.К.</i> Профессор Т.Сайрамбаевтың ғылыми мектебі: зерттеу бағыттары мен тың ізденістер.....	26
<i>Ақыжанова А.Т.</i> Жаңашыл ғалым.....	29
<i>Аширова А.Т.</i> Сөздердің тіркесу тәсілдері мен байланысу формалары.....	33
<i>Әлісжан С.</i> Ғылым тілін танудың кейбір қырлары.....	38
<i>Бәрібаева С.Б.</i> «Абай жолы» роман-эпопеясындағы есімді сөйлемдердің колдану аясы.....	43
<i>Елеуова А.С.</i> Профессор Т. Сайрамбаевтың зерттеулеріндегі грамматиканың кейбір теориялық мәселелері.....	50
<i>Елікбаев Б.</i> Ұстаз бен шәкірт.....	53
<i>Жылқыбай Г.Қ.</i> Синтаксиспен сырласқан Сайрамбаев.....	56
<i>Иманалиева Ф.Қ.</i> Профессор Т. Сайрамбаевтың шылаулардың коммуникативті қызметіне қатысты тұжырымдамалары.....	60
<i>Иманқұлова С.М.</i> Морфологияның зерттеу нысанына қатысты мәселелер.....	64
<i>Күзекова З.С.</i> Қазіргі қазақ тіліндегі баяндауыштың берілуі.....	67
<i>Қадырқұлов Қ.</i> Профессор Талғат Сайрамбайұлының зерделі зерттеулері.....	74
<i>Қияқова Р.Ж.</i> Көп функциялы «де» көмекші етістігі.....	77
<i>Оңалбаева К.Қ.</i> Есімді сөйлемдер, түрлері, жасалуы, семантикасы.....	80
<i>Сәдуақасұлы Ж.</i> Сөз тіркесін сөйлеткен сұңғыла ғалым.....	84
<i>Өмірбекова Р.Қ.</i> Есімше және оның басынқы сынарда жұмсалы ерекшеліктері.....	88
<i>Ayauzhan Tausogarova, Nassikhat Utemgaliyeva.</i> Lexical and semantic peculiarities of auto-and hetero-stereotypes in kazakhya newspaper.....	92
<i>Төлеу М.М.</i> Лексикалық категориялар жүйесіндегі каузальдылық мағынасының себеп етістіктері арқылы берілуін функционалдық синтаксис тұрғысынан қарастыру.....	96

II СЕКЦИЯ

ҚАЗАҚ ТІЛІН ЖАҢА ЗАМАН ҮРДІСІНЕ САЙ ЗЕРТТЕУ

<i>Абитжанова Ж.А. Ж.</i> Баласағұнның «Қутадғу билик» шығармасы тіліндегі метафораға негізделген фразеологизмдер.....	101
<i>Аманжолова А.А.</i> Мектеп сленгі бірліктерінің семантикасы.....	105
<i>Аметова С.О., Күркебаев К.Қ.</i> Тілдің метафоралық дамуы.....	108
<i>Аширова А.Т., Абдрахманова Ж.Ә.</i> Газет мақалалары тақырыптарының берілуі.....	112
<i>Әлкебаева Д.А.</i> Модальдылық семантикалық категориясы.....	115
<i>Әлімтаева Л.Т., Қабылбек А.</i> Сән өндірісі жарнама мәтіндерінің тілі және прагматикасы.....	119

<i>Ебелекбаева Ә.Қ.</i> Дайындықсыз сөйлеу тілінде интонацияның прагматикалық функциясы.....	124
<i>Ерназарова З.Ш.</i> Сөйлем семантикасы ұлттық таным моделінің құрылымын жинақтаушы бірлік ретінде.....	131
<i>Жолдасов Қ.Қ.</i> Ғалым Н.Т. Сауранбаевтың қазақ диалектілерін фонетикалық тұрғыдан жіктеуі.....	136
<i>Каримова Р.Х.</i> Компонентный анализ немецких астионимов и принципы их номинации.....	140
<i>Мамаева М.Қ.</i> Модаль сөздердің функционалды-грамматикалық ерекшеліктері.....	144
<i>Меджитова Э.Н.</i> Къырымтатар тили чель шивесинде сой-соплуқны бильдирген терминлер.....	148
<i>Момынова Б.Қ.</i> Дыбыс және дыбыс түрлері бейвербалды мәдени код ретінде: мағыналық ерекшеліктері.....	152
<i>Мұхамбетов Ж.И., Кенжебаева Г.А.</i> Қазақ тіліндегі киелі ұғымдар, олардың этнолингвистикалық сипаты.....	158
<i>Нұрмұхан Ә.С.</i> Күлкі түрлері: жағымды, жағымсыз күлкінің берілу жолдары.....	164
<i>Сарышова К.С.</i> Фразеологизмдердің синтаксистік ерекшелігі.....	166
<i>Сырлыбаева Г.Т.</i> Фразеологиялық антонимдердің контекстегі ерекшелігі.....	171
<i>Таңсықбаева Б.А.</i> Қарғыс мәнді сөздер.....	174
<i>Телғожаева Қ. С.</i> Таза сөзінің этимологиясы және мағыналық дамуы.....	180
<i>Үкібаева М.Р.</i> Ілік септігі және тәуелдік жалғауларының архаикалық формасы.....	184
<i>Хафизова З.Р.</i> История изучения религиозной лексики в русском языкознании.....	187
<i>Чалтикенова Л.А.</i> Морфологиялық нұсқалар мен синтаксистік нұсқалардың аралас келуі.....	192
<i>Шакирова З.А.</i> Особенности лексикографического описания имен собственных в англоязычных толковых словарях.....	196
<i>Шыныбекова А.К., Атаханова Н.</i> Қазіргі синтаксис терминдері және терминжасам мәселелері туралы.....	199

ІІІ СЕКЦИЯ

ҚАЗАҚ ТІЛІН ОҚЫТУДАҒЫ МОБИЛЬДІ ТЕХНОЛОГИЯЛАР

<i>Алмухаметова Г.С.</i> Студенттердің қатысымдық мәдениетін жетілдіру мәселелері.....	205
<i>Амирова М.Ж., Рахова К.М.</i> Тұлғаны ұлттық құндылықтар арқылы оқыту.....	208
<i>Барлубаева А. К.</i> Қазақ тілі сабақтарында оқушылардың шығармашылық ойлауы мен сөйлеуін дамытудың тиімді әдістері.....	211
<i>Дәрменқұлова Р.Н., Абдуллина З.А., Әміров Ә.Ж.</i> Үш тұғырлы тіл саясаты аясында қазақ тілі сабағында кәсіби бағдарлы мәтіндерді меңгерту жолдары.....	215
<i>Егізбаева Н.Ж., Бекішева Р.М.</i> Тілдік білім беруді жеке тұлғаға бағдарлаудың маңыздылығы.....	218
<i>Есім Т.</i> Түбірге сіңіскен өлі жұрнақтардың есебінен жасалған сөз нұсқалары, оны оқытудың заманауи әдістері.....	222
<i>Әжиев Қ.Ө.</i> Техникалық жоғары оқу орны студенттеріне қазақ тілін оқыту үдерісіндегі жобалау технологиясының рөлі.....	226
<i>Жусанбаева С.Б.</i> Эксперсе-диктант жазуға үйретудің әдістері.....	230
<i>Жұмағұлова А.Ж.</i> Тілім менің – байлығым.....	233
<i>Қушербаева Г.П.</i> Қазақ тілін оқытуда жаңа оқыту технологияларын қолдану жолдары.....	236
<i>Күзекова З.С.</i> Ғылыми сөз: меңгерту амалдары.....	239
<i>Нұғыманова А.Қ.</i> Тіл үйрету сабақтарында ақпараттық технологияларды пайдалану.....	245
<i>Саратекова Қ.Қ.</i> Музыкалық колледждерде қазақ тілі пәнінің кіріктіріліп оқытылу ерекшеліктері.....	247

<i>Түсіпқалиева Р.Қ.</i> Студенттердің сөйлеу мәдениетін жетілдіру.....	251
---	-----

IV СЕКЦИЯ МӘДЕНИЕТТЕР ТОҒЫСЫНДАҒЫ ТІЛ МЕН ӘДЕБИЕТ

<i>Ақымбек С.Ш., Мүтәнұлы Е.</i> Прозадағы ақ өленнің тілдік сипаты (аудиторлық талдау)...	254
<i>Анесова У.Ф., Нажикенова Г.Б.</i> Семиотика: таңба мен символдың ерекшелігі.....	259
<i>Әбдіманап М.А., Әбдіманұлы Ө.</i> «Қаһар» романындағы «мәңгілік ел» идеясы.....	260
<i>Абдуллина Г.Р., Биккузина Л.М.</i> Башкорт лексикаһында үзләштерелгән иктисади терминдар.....	268
<i>Асылова Р.О.</i> Антонимдік қолданыстардың А. Құнанбаев шығармаларындағы көрінісі...	271
<i>Ахмет А.Н.</i> Phonetic approach of children's intonation.....	276
<i>Ахметалиева Г.У., Тілеубаев С.Б.</i> «Аркалық батыр» жырының көркемдік ерекшелігі.....	277
<i>Аюпова Г.Ф., Абдуллина Г.Р.</i> Категория субъективной оценки в башкирском языке.....	281
<i>Болотова Е.В.</i> К вопросу о функциональном описании языковых единиц.....	283
<i>Еселбаева Д.Н.</i> Тілдік саясат және оның даму сипаты.....	285
<i>Жаңабекова М.А., Колесникова Т.П.</i> Оқу-тәрбие жұмысындағы шығармашылық белсенділік.....	291
<i>Жекеева К.О.</i> Шәкәрім аудармаларындағы ұлттық болмыс көріністері.....	295
<i>Жұмағұлова А.Ж.</i> Тілдік қатынас түрлері.....	299
<i>Сағынаева Г.Ә., Қайрат Қ.</i> Мәшһүр Жүсіп Көпеев дастандарындағы дін мәселесі.....	303
<i>Куртумеров Эмир-Усеин Эмир-Усеинович.</i> Юсуф Баласағұнийнинъ «Къутадгъу билік» эсеринде эдеп ве ахлякъ мевзусы.....	307
<i>Латыпова А.А., Абдуллина Г.Р.</i> Особенности использования разрядов местоимений в повести М. Карима «помплованье».....	312
<i>Матвеева Н.В.</i> Текст как единица анализа в исследовании процессов восприятия и понимания речи.....	314
<i>Меметова Э. Ш.</i> Интервью жанры ве кырымтатар тилинде онынь нутукъ характеристикалары.....	318
<i>Мұратбек Б.Қ.</i> Ғылыми дискурс және сөз мәдениеті.....	323
<i>Рамазанов Т.Б.</i> Диалог прагматикасының сипаты.....	328
<i>Сағынаева Г.Ә., Аужанова А.</i> Қазақ фольклорының жанрлық ерекшелігі.....	334
<i>Сайбекова Н.У.</i> А.Байтұрсынұлы төте жазуының сөйлеу тілін таңбалаудағы маңыздылығы.....	340
<i>Саттарова Р.В.</i> Манипуляция в политическом дискурсе.....	344
<i>Сансызбаев Ө.Т.</i> Сөз қателіктері мен оған ықпал етуші факторлар.....	346
<i>Тасболатқызы Б.</i> Тілдік тұлға, тілдік таным және мәтін.....	350
<i>Шәрібжанова Ф.Ф.</i> Тіл мәдениетінің өзекті мәселелері.....	352

Модальдылық мағыналардың түрлерін зерттеу оның семантикалық мазмұнындағы сөйлеушінің жетекші рөлін анықтауға және өрістерінің әлі талай ашылмаған семантикалық мәні бар екенін көруге болады, сондықтан кең ауқымды мағынада алып қарастырылады. Жалпы лингвистикалық еңбектерде бұл ұғым психологиялық, философиялық, концептуалдылық, когнитивті –ассоциациялық, прагматилистикалық мәнді – мазмұнды функциясы өте күрделі екенін танытады. Модальдылық айтушының сөзінде мазмұны мен шындықтың арасындағы қатынасын көрсететін, сөйлеушінің сөйлем мазмұнына қатысты бағасы, адам ойындағы объективтілік мен субъективтіліктің диалектикалық бірлігін болмыстың ең нәзік мағыналарының катпарларын көрсетуімен ерекшеленеді.

Пайдаланған әдебиет

1. Бондарко А.В. Функциональная грамматика. – Ленинград: Наука, 1984. – 136 с.
2. Жұбанов Қ. Қазақ тілі жөніндегі зерттеулер. – Алматы, 1966. – 341 б.
3. Дүйсенбекова Л.С. Функционально-семантический аспект категории повелительного наклонения в казахском языке: автореф. ... канд. филол. наук.-Алматы, 1993.-21 с.
4. Қазақ тілінің функционалды грамматикасы. Жалпы редакциясын басқарған Д.А. Әлкебаева. - Алматы; оқу құралы, Қазақ университеті, 2013. --178 б.
5. Құлманов С.К. Қазақ тіліндегі мүмкіндік модальділігінің функционалды-семантикалық өрісі: филол. ғылым. Канд. ... автореф.: 10.02.02. – Алматы, 2004.-34 б.
6. Ақынова Д.Х. Қазақ және ағылшын тілдеріндегі мақұлдау/мақұлдамау модальділігінің функционалды-семантикалық өрісі. филол. ғылым. канд. ... автореф.: 10.02.20. – Алматы, 2010.-120
7. Ордабаева Ж. М. Қазақ, орыс және ағылшын тілдеріндегі шығармаларда ауыспалы мағыналардың қолдану ерекшеліктері. Білім беру магистрінің академиялық дәрежесін ізденуге арналған диссертация. Көкшетау. 2012.- 135 б.

ӘОЖ 81`367

Әлімтаева Л. Т.
әл-Фараби атындағы
ҚазҰУдың доценті м.а., ф.ғ.к.,
Қабылбек А.
әл-Фараби атындағы
ҚазҰУдың 1-курс магистранты
lazalim_72@mail.ru, mailto:ainur_kabylbek@mail.ru

СӨН ӨНДІРІСІ ЖАРНАМА МӘТІНДЕРІНІҢ ТІЛІ ЖӘНЕ ПРАГМАТИКАСЫ

Резюме. В статье описываются языковые функции рекламных фэшн текстов на уровнях фонетики, лексики, морфологии и синтаксиса. Данные языковые способы направлены на решение определенных задач, их взаимодействие – в целях достижения общих целей – это восприятие необходимой информации потребителем. Фонетические способы передачи информации функционируют не только в роли эмоциональной и эстетической экспрессии речи, а также преобразует текст для быстрого восприятия данных. Основная коммуникативная цель побудительного предложения побуждение адресанта на исполнения действий. Используя побудительное предложение адресат требует исполнения действия в будущем, вызывая взаимный интерес. В статье также рассматриваются психологические способы для передачи необходимой информации в СМИ.

Ключевые слова: *фэшн-текст, адресат, адресант, прагматика*

Summary. The article is devoted to language functions of advertizing fashion texts at the level of phonetics, lexicon, morphology and syntax are described. These language ways are directed

to the solution of certain tasks, their interaction – for achievement of common goals is a perception of necessary information by the consumer. Phonetic ways of information transfer function not only as an emotional and esthetic expression of the speech, but also will transform the text for fast perception of data. The main communicative objective of a hortatory sentence is to motivate the sender on executions of actions. By using the hortatory sentence the addressee demands action execution in the future, attracting mutual interest. The article is also devoted to the usage of psychological ways for transfer of necessary information in mass media.

Keywords: *fashion text, addressee, pragmatic*

Кез келген қоғамда байланыс белгілі бір құралдардың көмегімен жүзеге асады, сән әлемінде бұл құралдар сән стандарттары мен нысандары болып табылады, олар өз кезегінде белгіленген құндылықтармен қатар қарым қатынас кезіндегі берілетін ақпараттық хабарлардың бір түрі. Сән әлемінде байланыстың толық циклін кезекпен ауысатын 3 кезеңге бөліп қарастыруға болады: өндіріс, сән стандарттарын тарату мен тұтыну және сән нысандарын жүзеге асыру.

Тұтынушының назарын аударту мақсатында алдымен оның қалай пайымдайтынын, ақпаратты қалай өңдейтінін білуіміз қажет. Сондықтан тілді танымдық аспектіде – адам ақпаратты өз танымына сәйкес өзгерте отырып қабылдауына сай сызба түрінде есте сақтайды.

Киім үлгісіне қатысты жарнама мәтіндерде фонетика, лексика, морфология, синтаксис деңгейлері түрлі стилистикалық тәсілдермен беріледі. Әр деңгейлік амал-тәсіл нақты міндеттерді жүзеге асыруға бағытталған, ал олардың әрекеттестігі – ортақ мақсатқа жету – тұтынушының қажетті ақпаратты қабылдауы.

Фонетикалық тәсілдерді мәнерлі сөйлеу мен эмоциялық және эстетикалық әсер ету ғана емес, мәтінді ерекшелендіруге және сол қажетті ақпаратты оңай есте сақтауға ықпал етеді. Бірнеше фонетикалық амалдар бірнеше мақсатқа жетуге және журналдың бетін үнемдеуге мүмкіндік береді.

Сөйлеуде жеке дыбыстардың қайталануы: аллитерация, ассонанс, консонанс, қосұйқас және ұйқас үлкен рөлге ие.

Әдетте журнал мәтіндерінің тақырыптары ықшамдылығымен және тілдік амалдардың белгілі бір түрінің жиі қолданылуымен ерекшеленеді. Мысалы, аллитерация экспрессивтілікті білдіріп, маңызды ақпаратты меңзейтін фонетикалық тәсіл. Сондықтан сән мәтіндерінің тақырыпшалары: *«Көктемгі көңіл-күй»*, *«Сәнді киімнің сиқырлы салтанаты»* («Сымбат»), *«Қайырылған қалың кірпік»* («Сырласу»), *«Нағыз жаздың келбеті»* («Балжан»), *«Жоғалмайтын жолақтар»* (Anabol.kz) және т.б. түрінде келеді.

Қазақ тіліндегі «Балжан» журналындағы *«Кәсіп пен нәсіп»*, *«Бал – теріге нәр»* тақырыптары қосұйқас пен ассонанс тәсілдерімен берілген. Ассонанс тәсілінің, яғни дауысты дыбыстардың үндесе қайталануы қазақ тіліндегі журналдарда жиі кездесіп, сөздің айтылу әуезін арттырып, әсерлілігін арттырады. Мысалы: *«Әшекейлер әлемі»*, *«Екеудің пайдасы екі есе»* («Сырласу»), *«Әрқашан әдемі»* («Балжан»), *«Әйелдер әлегі»* («Қазақстан әйелдері»). Сонымен қатар, тақырып қысқа да нұсқа және есте сақтауға оңай болу үшін көп қолданылатын фонетикалық әдіс ретінде ұйқаспен айту әдісі қолданылады. Мысалы: *«Искейін тек қана, тиіспейін»* («Балжан»), *«Бір, екі, үш – бетте мінсіз тұс»* («Everyday me») және т.б. Мұндай мазмұндағы тақырыптар адресанттың назарын аудартып, қызығушылығын арттырады.

Дербес және бір-бірімен байланысқан әр түрлі фонетикалық тәсілдерді қолдану ақпаратта ерекшелеп көрсеткісі келген мәтінді ырғақты түрде ұйымдастыруға, идеяны бөліп көрсетуге ықпалын тигізеді. Басқаша айтқанда, бірқалыпты кезектестік, мысалға екпінді және екпінсіз буын көбінесе еркімізден тыс қабылдауымызға әсерін тигізеді. Ақпаратты қабылдау кезінде мәтіннің мазмұнына мән беретіндігімізге карамастан, қайта кодтауды жеңілдететін немесе қиындататын ырғақтың әсерін назардан тыс қалдыруға болмайды.

Хабарламасы бар мәтінді ырғақ жақсы есте сақтауға, оқырманға ерекше эстетикалық әсер алуға септігін тигізеді.

Ұйқаспен беру әдісі жиі кездеседі, онда мәтіннің ырғағы оның есте сақталуын арттырады: «Сізге керегі тек сөз бояуы мен көз бояуы!» (Сырласу). Бұл сөйлемде сөз бен көз сөздерін ұйқастырып, автор оқырманға кеңес беріп отыр. «Сұлулық та құлықты талап етпек» автор сұлулық-құлық сөздері, «Сәнқойлардың сүйкімдісі, сүйіктісі» тақырыпшада сүйкімді-сүйікті сөздерін ұйқастырып, автор тілді ажарлайды.

Осылайша, әр түрлі фонетикалық әдістер тақырыпшаларда, сөз басында, сондай-ақ сән-үрдістерін сипаттайтын мәтіндерде кеңінен қолданылады. Фонетикалық әдістердің жеке қолданылуы және олардың аралас қолданылуы мәтінге ырғақ беріп, автор берейін деп отырған ойға ерекше назар аудартып, толық мәтіннің белгілі бір үзіндісін ғана есте қалуына ықпал етеді.

Мәтіндер жалпы, адресантка қажетті әрекеттерді жүзеге асыруға адресатты ынталандыруға бағытталады. «Сырласу» журналында автор «...Осы классикалық аяқ киіммен барлық образ түрін әдемі етіңіз» деп, тұтынушыларды классикалық аяқ киім алуға шақырып, барлық образға сай келе беретіндігі жайлы кеңес беріп кетеді. Келесі сөйлемнен де автордың оқырманды белгілі бір іс-әрекетті орындауға шақырып отырғанын көруге болады.

Бұйрықты сөйлем біреуді бір іс істеуге «әрекет ету» мақсатында айтылады. Бұйрықты сөйлем жалаң тілекпен ғана айтылмайды, кісінің еркін, талабын, кеңесін, тілегін, өтінішін білдіреді. Бұйрықты сөйлемдер көбінесе рай категориялары арқылы жасалынады, негізінен, таза бұйрық мағынасы бұйрық раймен, тілек, өтіну қалау рай арқылы жасалады. Бұйрықты сөйлемнің негізгі коммуникативтік мақсаты адресанттың іс-әрекетінің жүзеге асырылуына негіз болады. Өтініш иесі адресантка өзінің бұйрықты сөйлемі арқылы екі жақты қызығушылық тудыра отырып, болашақ іс-әрекеттің орындалуын талап етеді [1, 203].

Осылайша, хабарламалардың көп бөлігі түсіндірме түрінде және автордың өзінің оқырманына беретін кеңесі, өтініші не талабы ретінде беріледі.

Сондай-ақ морфологиялық ерекшеліктерге жіктеу есімдігінің бірінші жағының көпше түріндегі «біз» бірлігімен берілуін атап өткіміз келеді. «Балжан» журналынан жіктеу есімдігінің үшінші жағы кездескен мынадай мысалдарды келтіре аламыз: «...Ол үшін біз дүкендерді аралап, сұлулық салондарына барып, қымбат бояуларға жүзіміз», «Жер бетінің сұлулығын біз нәзік жандылардың ажарымен өлшейміз». Бірінші жақ көпше түрмен беру адресаттың пен адресантты өзіне жақын тартуы, автордың оқырман сеніміне кіруге бағытталған. Сән саласындағы журналдың ғылыми мәтінмен еш байланысы болмаса да, оқырманға автордың ақпараты сенімді дереккөзден алынғандай сәсер етеді. Сондай-ақ, автордың «Біз» бірлігін қолдануы психологиялық жақтан өзін оқырмандармен біріктіруі, ортақ мәселенің бар екендігін аңғартады.

Аббревиатура мен қысқартулар неғұрлым қысқа мәтін құруға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, бұл әдістің жүзеге асырылуы – журналдардың тақырыптарына ықшамдық пен көркемдік үстейді. Аббревиатура қаралып отырған мәтіндерде негізінен арнайы прагматикалық мақсатта, атап айтқанда, мәтіннің ақпараттық мазмұнын жетілдіру үшін және журналдағы бос орынды үнемдеу үшін қолданылады.

Сөздерді қысқартып жазу да семантикалық нығыздау мақсатында қолданылады, сонымен қатар, мәтінді бейресмилендіреді.

Осылайша, фэшн-мәтіндердің морфологиялық ерекшеліктеріне императивтің, авторлық «біз» бірлігінің, аббревиатура мен сөздік қысқартулардың қолданылуы, сондай-ақ сын есімнің шырайлары, сапалық пен қатыстық сын есімнің, және зат есімнің тәуелдік жалғауының қызметін келтіре аламыз. Осы құралдарды қолдану арқылы автор оқырманға мол ақпарат бере отырып, журналдағы орынды үнемдей алады. Сонымен қатар, кейбір тәсілдерді қолданып, автор оқырманның назарын белгілі бір фэшн-нысанға аударта алады. Ал авторлық «біз» сөзін пайдалану арқылы автор оқырман санасына сенімдік сезімін ұялатады.

Осылайша, сән мәтіндерінің морфологиялық ерекшеліктеріне императивтің, авторлық «біз» бірлігінің, аббревиатура мен сөздік қысқартулардың қолданылуы, сондай-ақ сын есімнің шырайлары, сапалық пен қатыстық сын есімнің, және зат есімнің тәуелдік жалғауының қызметін келтіре аламыз. Осылайша автор оқырманға мол ақпарат бере отырып, журналдағы орынды үнемдей алады. Сонымен қатар, кейбір тәсілдерді қолданып, автор оқырманның назарын белгілі бір сән нысанына аударта алады.

Сонымен қатар, риторикалық сұрақ көңіл аударту үшін, экспрессивті әсер беру үшін, экспрессивті сөйлеу мақсатында қолданылады. Риторикалық сұрақ жауап алу мақсатында қолданылмайтындығы белгілі, бірақ оқырманға әсер ету, қызығушылығын арттыру мақсатында қолданылады. Мысалы, «Сұлулық әлемі» мәтінінде «Әлем мен бесікті қоса тербететін нәзік жандылардың ісі біткен бе? Осы жауапкершілікпен қоса сұлу да сымбатты болу – міндет. Ал әдеміліктің құпиясы жан мен тән тазалығында екенін ұмытпаңыз» деген сөйлемдерде риторикалық сұрақ қою арқылы адресат бір жағынан, адресанттың қызығушылығын оятып, сосын бірден жауабын берсе, екінші жағынан, жарнамалық қызмет те атқарып тұр. Сондай-ақ келесі «Уақытты тоқтатайық!» хабарламасынан риторикалық сұрақтың ерекше түрін көре аламыз: «Бетке алғашқы әжімдер пайда болғанда әрқайсымыздың мазамаз кетіп, түрлі жолдарды іздей бастаймыз. Ендеше неге Herbalife компаниясының жастықты сақтауға арналған бетмайларын қолданбасқа?!». Бұл риторикалық сұрақ қою арқылы адресанттың дәл осы бетмайды қолдануы керектігін жауабын қажет етпейтін сұрақ қою арқылы хабарлап отыр. Ал мына «Көз бояудағы керемет тәсіл» мәтінінде: «Күлімдесен қарақат көз бен қиылған қас әр арудың сәні емес пе?» тағы да риторикалық сұрақпен автор алдын-ала оқырман көңілін аударып отыр.

Бұл тақырыптағы мәтіндерде *парантеза* құбылысының жиі қолданылуын байқауға болады. Парантеза (қосымша) – қандай да бір фразаның, не тіркестің сөйлем ішіне ешқандай да грамматикалық байланыссыз кіру құбылысын айтамыз. Парантезаның екі жағынан жақша не сызықша қойылады. Парантеза құбылысы мәтінге параллельді не қосымша ақпарат енгізу үшін қажет, сол арқылы мәтіннің негізгі бөлігін түсіну оңай болады. Біздің жағдайда бұл сәндік үрдіс, сән бағыты, сәнді киім жайындағы ақпарат.

Осылайша, парантезаның мақсаты мәтіннің құрылымын өзгерту емес, хабарламаға нақты мағыналық түйін беру үшін тек белгілі бір предикативті бірлікке мағынаның байлануы. Парантезаның жиі пайдаланылуын оқырман пікіріне елеусіз ықпал етуінің модальды сипатымен түсіндіруге болады. Бұл әдісті белгілі бір шеберлікпен қолдану арқылы мәтіннің модальдылық реңкін және мағынасын өзгертуге болады. Сонымен қатар, парантеза әдісі оқырмандарға мәтінді қабылдауды оңай және түсінікті етеді.

Кіріспеде маңызды ақпарат бар болса, оны міндетті түрде тыныс белгілерімен белгілейді. Парантезаны түрлі жиіліктермен тиімді пайдалану үшін қос үтірлер, сызықшалар және жақшалар пайдаланылады. Әдетте, қысқаша прагматикалық кіріспелердегі парантеза құбылысын қос үтірмен береді, ал қос сызықша мен жақшалар неғұрлым кеңейтілген парантеза үшін қолданылады. Егер айтылым қарапайым болса, жай ғана үтір қойылады. Көбіне осындай ерекшеліктерді сөйлемнің басында көруге болады.

Мұндай амалдар қосымша ақпаратты мәтінге енгізу үшін қолданылады. Қос үзік сызықшаларды пайдалану – ақпарат оқырман үшін өзекті екендігін көрсетеді. Автор оқырман қаламайтын ықтималды нәтижелерге назар аударарды.

Осылайша, біздің талдау - прагматикалық кірістірулер фэшн-мәтіндерде әр түрлі маңызды ақпарат беру үшін қолданылатындығын көрсетті. Сонымен қатар, ақпараттың маңыздылығын көрсету үшін тыныс белгілері қолданылады. Парантезаның сән-мәтінінде беретін түрлі маңыздылығын көрсету мақсатында қос үтір, сызықша мен жақшалар қолданылады. Сән-мәтіндерінде маңызды ақпаратты, мысалы, жағымсыз нәтижелер туралы ескерту, маусымның өзекті үрдістері туралы нұсқаулар, кемшіліктерді артықшылыққа айналдыру және т.б. ақпараттарды қос сызықшаны қолдану арқылы беріледі.

Сөйлемнің соңында келетін жалғыз сызықша арқылы автор оқырманға белгілі бір қорытынды жасауға ықпал етеді. Жақшалар оқырманға маңыздылығы төмен ақпаратты,

яғни автордың жеке ойы, мысал ретінде берілген ақпарат, ишаралар, белгілі бір үрдісті қолдайтын жұлдыздардың есімдері сияқты ақпараттарды білдіреді. Үтірлермен клишелік кірістірулерді, қысқаша парентикалық кірмелерді, аксессуардың бағасы сияқты нұсқауларды белгіленеді.

Сөйлемді аяқсыз қалдыру амалы автордың оқырманға айтылмай қалған ойын өз бетінше тұжырымдауына мүмкіндік береді.

Мысалы, «Әжімнен құтылғыңыз келсе...» бұл ақпаратты оқығанда оқырманға бұл қажет немесе қажет емес екендігін бірден аңғаруға болады. Адресат көп нүкте қою арқылы, «жалғасын оқыңыз» деген сияқты ой тастайды. Осындай іспеттес тақырыпшалар өте көп: «Сымбатты болғыңыз келсе...»; «Қайырылған қалың кірпік арманыңыз болса...»; «Диета ұғымын дұрыс түсініп жүрміз бе?..» және т.б. Ал мына тақырыпта: «Әннің де естісі бар, есері бар...» автор көп нүкте қою арқылы, әннің түрлеріне, адам өміріне, мінез-құлқына деген әсеріне, сапасына мен сипатына тоқталып өтеді. Осылайша, сөйлемді аяқсыз қалдыру әдісі оқырманның қиялына мүмкіндік беретіндіктен тиімді болып табылады. Сондай-ақ автор инверсия, риторикалық сұрақ, парентикалық кірістіру сияқты амалдарды сән-мәтіндерде сән-нысандарды жарнамалау, сипаттау мақсатында жиі қолданады.

Қазіргі заманда бұқаралық ақпарат құралдарының тұлғаны әлеуметтендіру процесіндегі рөлінің тұрақты түрде өсу үрдісі байқалады. Бұқаралық ақпарат құралдарының қалың бұқараның санасына үлкен әсері бар, белгілі бір әлеуметтік-мәдени бейнелерді, өмір салтын және мінез-құлық нормаларын енгізе отырып, әлеуметтік және мәдени құндылықтардың қалыптасуының негізгі көздеріне айналады. Осы тұрғыдан алғанда, ақпарат құралдары – шынайы әлемге қарайтын терезе іспеттес.

Біздің сән-мәтінін қабылдауымыз бен ұғынуымыз - сегіз кезеннен тұратын үрдіс. Ол түсінуден басталып, әрекетпен аяқталады. Біріншіден, бізге хабарламаны тікелей көру немесе есту қажет. Екіншіден, мәтінге назар аударамыз және таңдап алынған бір бөлігін қабылдап, қалғанына мән бермейміз. Үшіншіден, біз хабарламаны меңгереміз. Төртіншіден, хабарламаны бағалаймыз (мысалы, келісу немесе келіспеу). Бесіншіден, біз ақпаратты жадымызда сақтаймыз. Алтыншыдан, біраз уақыт өткен соң, біз осы ақпаратты жаңаша пайымдаймыз. Жетіншіден, басқа да қолда бар өнімдер немесе қызметтер арасынан таңдау жасап, шешім қабылдаймыз. Соңында осы шешімнің негізінде әрекет етеміз (мысалы, өнімді сатып аламыз). Осы кезеңдердің кез келгенінде ақау болса, хабарламаның қабылдануы және ұғынылуы бұрмалануы мүмкін [1, 20].

Аталған сегіз кезең барлық жарнаманы ұғынуға қатысты. Бұған қоса тұтынушының қабылдауы үшін бір ғана есім, атау немесе слоган, яғни жарнаманың әсерлі бас тақырыбы жеткілікті болады. Мысалы, біздің жадымызда өнімнің атымен қоса оның ерекшеліктері де сақталып қалады. Біздің санамызда образ немесе сөз тудыратын атау жадымызда ерекше құрылымының арқасында есте қалады, сондықтан өнімнің атауы біздің санамызда күтпеген тұста пайда болады.

Сонымен қатар, фэшн-мәтіндер басқалар алдында өзінің бірегейлігін көрсету, қоғам алдында мәртебесін көтеруге бағытталады. Осындай мақсатпен оқырмандарға жаңа киімнің кереметтілігін сезіндіру үшін фэшн-мәтіндерде танымал және табысты адамдардың есімдерін жиі қолданады.

Хабарлама ойын-сауық пен көңіл көтеруге деген ассоциация немесе эмоция тудыру әдісі болып табылады. Осындай ассоциациялардың көмегімен хабарлама біздің жағымды ойларымыз бен жан толғанысымызды оятады. Мысалы, «*Keep You тобының 10 жылдығына арналған кештің басты сәнді киімі Ая Банани топтамасынан...*» сөйлемінде кешті еске алу арқылы оқырманның сол мереке жайлы ойы мен ынтасы осы хабарламадағы киімдермен ассоциацияланады.

Сән-мәтіндердегі көп хабарламалар кепілдемелік сипатта болады. Сонымен қатар, көптеген хабарламаларда сарапшы ретінде тиісті салалардың мамандары қатыстырылады, бұл, әрине, сенім тудырады. «Әшекейлер әлемі жайлы Коко Шанель *«Талғамы жақсы адамдар әшекейлер тағады, ал қалғаны алтын тағуға мәжбүр»* айтпақшы, қарапайым

кіімді әдемі аксессуарлармен үйлестіре білсеңіз болғаны». Бұл мысалдан автордың атақты француз модельерінің есімі мен дәйексөзін қолдану арқылы әшекейлерге жарнама жасап, оқырмандардың сенімін арттырғандығын байқай аламыз.

Пайдаланған әдебиеттер:

1. Әлкебаева Д. Қазақ тілінің прагматилистикасы. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 247б.
2. Апухтин В. Б. Психолингвистический метод анализа смысловой структуры текста: Автореф. дис....канд. филол. наук. - Москва: 1977. -29 с.

*Ебелекбаева Ә.Қ.
ҚазҰУ 2-курс магистранты
Қазақстан Республикасы, Алматы
Aika-0206@mail.ru*

ДАЙЫНДЫҚСЫЗ СӨЙЛЕУ ТІЛІНДЕ ИНТОНАЦИЯНЫҢ ПРАГМАТИКАЛЫҚ ФУНКЦИЯСЫ

Резюме. В статье было доказано влияние коммуникативного общения, как основа отношения. Коммуникативное общение – происходит спонтанно и открывает роль человеческого фактора. Коммуникативное общение осуществляется как минимум с двумя участниками. То есть процесс общения происходит только в случае коммуникативной связи.

Ключевые слова: коммуникативное общение, адресант, адресат, прагматика, интонация.

Summary. The article proved the influence of communication as the basis of the relationship. Communication - occurs spontaneously and opens the role of the human factor. Communication is carried out with at least two participants. That is the process of communication occurs only in the case of communication.

Key words: communication, addressee, addressee, pragmatics, intonation.

Жалпы тіл білімінде интонация құбылысы фонетикамен бірге синтаксис шеңберінде де қарастырылып жүр. Интонация саласы бойынша осы уақытқа дейінгі жұмыстар құрылымдық бағытта жүргізілсе, ал қазіргі кезде құрылымдық-функционалдық және антропоцентристік бағыт аспектісінде жекелеген мәселелер қарастырыла бастады. Дайындықсыз еркін сөйлеу (спонтанная речь) түрінде алынған интонациялық эксперимент материалы интонация бірліктерінің прагматикалық қызметін анықтауға мүмкіндік берді.

Сөйлеу коммуникациясы қарым-қатынас негізі ретінде жасалғандықтан, тілімізде оның ықпалы өте күшті екендігі тәжірибеде дәлелденді. Сөйлеу коммуникациясы – дайындықсыз, еркін түрде өтіп, адам факторының рөлін ашып береді.

Сонымен қатар сөйлеу – ең алдымен коммуникативті актіні бастау мақсатындағы қажеттіліктен туындайды. Сөйлеу арқылы қарым-қатынас орнап, тыңдаушыға әсер етіп, сөйлеу коммуникациясы жүзеге асады. Сондықтан да қазіргі кезде лингвистикада – сөйлеу коммуникациясы теориясы немесе сөйлеу актісі жаңа бағыт ретінде қарастырылып жүр.

Лингвистикалық прагматика – сөйлеу актісінің өзегі ретінде коммуникация процесінде тілді дұрыс қолдану туралы ғылым. Яғни тілді коммуникативтік тұрғыдан қолдану. Осы негізде сөйлеу коммуникациясының қолданысын былай көрсетуге болады:

Сөйлеу коммуникациясы → адресант → байланыс → референт → код → адресат

Коммуникативті актінің қарама-қарсы екі қыры бар. Мысалы: хабар таратушы-хабар алушы, жазушы-оқушы, сөйлеуші-тыңдаушы, проциент-реципиент, адресант-адресат. Осы орайда сөйлеу қатысымындағы коммуникацияны адресант пен адресат десек, мәтін коммуникациясы автор мен оқырман болып бөлінеді. Өйткені адресант пен адресат сөйлеу