

ГАЗЕТ ТАҚЫРЫПАТТАРЫНДАҒЫ ПРАГМАТИКАЛЫҚ ӘЛЕУЕТТІ АРТТЫРУШЫ ТІЛДІК ҚҰРАЛДАР (АҚТӨБЕЛІК «ЭВРИКА» ГАЗЕТІ МЫСАЛЫНДА)

Сарбасова А.Е.¹, *Кубаева А.Г.²

¹филология ғылымдарының кандидаты, доцент, Қ. Жұбанов атындағы
Ақтөбе өңірлік университеті, e-mail: aigul_sarbassova@mail.ru

*²магистрант, Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті
Ақтөбе, Қазақстан, e-mail: assemginayat@gmail.com

Аңдатпа. Мақалада прагматикалық әсерді күшейту үшін газет тақырыпаттарында қолданылатын тілдік құралдар қарастырылады. Мақаланың мақсаты - медиамәтінге тақырып таңдауда оқырманға прагматикалық жағынан әсер ету үшін газет мақалаларын жазатын кәсіби дайындығы бар мамандар қолданатын лингвистикалық құралдарды анықтау. Мақаланың өзектілігі әлемдік ғылыми қауымдастықта тілдік құралдарды пайдаланудың прагматикалық қырларына деген назардың артуы жағдайында оқырманға бағытталған қарым-қатынас процесін тереңірек зерттеу қажеттілігімен түсіндіріледі. Мақаланың ғылыми және практикалық маңыздылығы прагматикалық жағдайды іске асыру механизмін сипаттау үшін газет тақырыпаттарының ерекшеліктері туралы нақты теориялық жалпылауларда көрсетілген. Мақаланың ғылыми жаңалығы алғаш рет Ақтөбе өңірінің медиамәтіндерінің лингвостилистикалық және лингвопрагматикалық ерекшеліктері талданып, сипатталды.

Зерттеудің негізгі әдісі ретінде дәстүрлі сипаттамалық әдіс, сондай-ақ аудиторияға прагматикалық әсер ететін лингвистикалық құралдарды талдау процесінде нәтижелерді жалпылау және жіктеу әдістері пайдаланылды.

Жұмыстың құндылығы: алынған нәтижелерді болашақта ұқсас зерттеулер жүргізуде, сондай-ақ журналистика, лингвистикалық прагматика, лексикология, стилистика, лингвомәдениеттану, медиамаркетинг секілді курстарды оқытуда қолдануға болады. Бұл зерттеу жұмысы медиалингвистикада әдістер мен амалдар жүйесінің қалыптасуына белгілі бір үлесін қосады.

Мақала жазу барысында келесі нәтижелер алынды: Ақтөбелік "Эврика" газетінің материалдарын мұқият қарап шыққаннан кейін, тақырыпаттар аудиторияға әсер ете алатын прагматикалық күші бар прецеденттік мәтіндердің дереккөздеріне қарай 4 негізгі топқа бөлінді. Сондай-ақ, қазіргі газет мәтінінің прагматикалық әлеуетін күшейту құралы ретінде газет беттерінде сөз ойыны қалай қолданылатыны толық зерттелініп, графикалық және фонетикалық сөздік ойын түрлері анықталды.

Тірек сөздер: прагмалингвистика, медиамәтін, газет тақырыпаттары, прецеденттік құбылыстар, сөзойнатым, каламбур, графикалық ойын, фонетикалық ойын

Негізгі ережелер

Тақырыпат газетті оқуға түрткі болатын алғашқы сигнал іспеттес. Қарапайым тілмен айтқанда, тақырыпаттың мақсаты – оқырманның мақаланы оқуға деген қызығушылығын туғызып, мәтінді «өткізу». Медиамәтін тақырыпатының мақсаты ғылыми мәтін тақырыпатының мақсатынан ерекшеленетіні айдан анық. Бұл оларда айқындалып отырған негізгі мәселе

мен аудитория ерекшеліктеріне байланысты. Публицистикалық материал тақырыпатының ең басты айырмашылығы оның қысқа да нұсқа болуы. Алайда, бұл ойды бейнелі, көрікті етіп жеткізудің түрлі құралдарын қолдануды шектейді деген сөз емес. Арнайы кәсіби дайындығы бар маман газет мәтінін жазу барысында келіп түскен ақпаратты өз прагматикалық ұстанымына сәйкестендіре отырып ұсынады. Ол үшін авторлар түрлі прагматикалық амалдар мен тәсілдерге жүгінеді. Осындай тілдік амалдардың сипатына қарай медиамәтін бұқаралық санаға мақсатты түрде ықпал ететін маңызды құралға айналады [1, 33 б.]. Сондықтан медиамәтіннің прагматикалық қырларына арналған зерттеулер аса өзектілікке ие деп есептейміз.

Кіріспе

Қазіргі ақпараттық заманда бұқаралық ақпарат құралдары әрбір адамға қандай да бір түрде әсер етіп жатқандықтан, бұл құбылыстың түрлі қырларына арналған зерттеулердің өзекті болатыны белгілі. Осы мақаладағы зерттеу нысаны медиамәтіннің, оның ішінде газет тақырыпаттарының прагматикалық әлеуетін арттыратын құралдарды айқындау болып табылады, себебі қазіргі уақыттағы мәтінді зерттеуде коммуникативтік-прагматикалық талдау маңызды рөлге ие. Газет тақырыпаты публицистикалық шығарманың мазмұны туралы белгілі бір ақпаратты қамтиды. Сондай-ақ газеттік мақаланың тақырыпаты өзіне назар аудартатын, оқырманның қызығушылығын туғызатын өзіне тән эмоционалдық реңкке ие. Мәтін тақырыпатының екіжақты сипаты бар. Бір жағынан, бұл мәтіннің алдында келетін тілдік құрылым. Сондықтан тақырыпат мәтіннен тыс, белгілі бір дербестікке ие сөйлесім элементі ретінде қабылданады. Ал екінші жағынан, тақырыпат мәтінге жататын және біртұтас шығарманың өзге компонентімен байланысқан мәтіннің толықтай тең компоненті болып табылады. Тақырыпат мәтінмен бірге «тақырыпат–мәтін» сынды бірыңғай жүйені құрайды [2, 125 б.].

Зерттеуші Қ.Ө. Есеноваға сүйенсек, газет мәтініндегі тақырыпаттар қашан да прагматикалық бағыттылыққа ие болып, оқырманға, оның аялық біліміне бағдарланады; олар өзіндік пресуппозициялары және соларға тән ережелері әбден қалыптасқан мәдениет аясының шарттары ескеріле отырып қойылады [1]. Әрбір оқырман газет бетін ашқанда, ең алдымен, мәтін тақырыпатымен танысатыны анық. Қазіргі таңда лингвистика ғылымының даму деңгейі бұқаралық ақпарат құралдарының негізгі өзегі газет мақалалары тақырыпаттары құбылысына тілдік тұрғыдан талдау жасап, теориялық негізде баға беруге мүмкіндік береді [3]. Мақаланың тақырыпаты оның эпиграфы іспеттес. Өзіне назар аудару үшін тақырыпат «мен мұндалап» аудиторияға сигнал тастап тұруы қажет [4, 211 б.]. Көптеген газет тақырыпаттары орын алып жатқан оқиғалардың мәнін қысқаша, жинақы түрде айқындайды. Сондықтан мақал-мәтелдер, фразеологизмдер, халыққа кеңінен танымал әндердің, кинофильмдердің, шығармалардың атаулары, сондай-ақ осындай шығарма кейіпкерлерінің дәйексөздері тақырыпат ретінде кеңінен қолданылады. Осы тұста прагматикалық мақсатта жұмсалатын бейнелі сөздер,

фразеологизмдер, перифраздар жалпыадамзаттық таным мен ұлттық таным аясындағы стереотиптердің вербалданған құралы іспетті қызмет ете алатынын айтып өткен жөн. Бұнымен қоса, БАҚ тілінің прагматикалық мүмкіндіктері еркін әрі кең екенін аңғаруға болады [5, 13 б.].

Осы зерттеуде газет тақырыпаттарының прагматикалық әлеуетін арттыратын тілдік құралдар ретінде прецеденттік мәтіндер мен прецеденттік мәтіндерге негізделген сөзойнатымды, оның ішінде графикалық және фонетикалық тәсілдерді айқындадық.

Әуелгіде публицистикада мақал-мәтелдер, қанатты сөздер, афоризмдер мәтінді көріктендіру үшін қолданылған болса, кейінірек бұл әлеуметтік мәдени құбылыс ретінде ұғыныла бастады. Осы орайда прецеденттік мәтіндер кең қолданыс тапты. Қазіргі әдебиет пен публицистикада прецеденттілік феномені жиі кездеседі. Журналистердің материалдарда прецеденттік мәтіндерді қолдануға деген талпынысы ХХ ғасырдың соңында белең ала бастады және қазіргі таңда да сұранысқа ие болып отыр. БАҚ материалдары негізіндегі прецеденттік мәтіндердің ерекшеліктері Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомарова, Д.Б. Гудкова, И.В. Захарченко, В.В. Красных, Ю.А. Сорокин сынды Ресей зерттеушілерінің еңбектерінде айқындалған. Алыс шетел зерттеушілерінің арасынан Т. ван Дейк медиа дискурстың прагматикалық қырларын қарастырса, Н. Фейерклаф, М. Монтгомери, Р. Фаулер секілді ғалымдар медиамәтіндердің функционалды стилистика жағына аса назар аударған. Қазақстандық зерттеушілердің ішінде Қ. Ө. Есенова, Г.К. Ихсанғалиева, Н. Таирова, Г.О. Сейдалиева газет мәтіндерінің прагматикалық қырларын зерттеген. Ю. Н. Караулов прецеденттік мәтінді «тұлға үшін танымдық және эмоционалды жағынан маңызы бар мәтіндер; тұлғаның айналасындағы адамдардың бәріне де кеңінен таныс мағлұматтар, тілдік тұлғаның дискурсында бірнеше қайтара қолданылатын мәтіндер» ретінде айқындайды [6]. Зерттеуші Қ.Ө. Есенова А.В.Красных пен Ю.Н.Карауловтың белгілі анықтамасын кеңейте, нақтылай түсіп, прецеденттік құбылысқа мыналарды жатқызады:

- 1) ұлттық-лингвомәдени қауым өкілдерінің барлығына жақсы таныс, яғни тұлғадан жоғары тұратын сипаттағы;
- 2) когнитивтік (танымдық және эмоционалды тұрғыдан) өзекті болып табылатын;
- 3) қандай да бір ұлттық лингвомәдени қауым өкілінің сөзінде үнемі қайталанып, жаңғырып отыратын қаратпа-үндеу сөз [1].

Материалдар мен әдістердің сипаттамасы

Ақпараттық қоғам жағдайында әлемнің бейнесін жасау механизмі толығымен дерлік БАҚ-қа байланысты. Қазіргі заманда адамдар айналадағы шындықтың не екенін және айналадағы шындықтың қалай өзгеретіні 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 [7, 16 б.].

ҚР-да периодикалық басылымның жарнамалық-ақпараттық, іскерлік, ойын-сауық, салалық және саяси түрлері жарық көреді. Көптеген газеттердің Интернет желісінде электрондық нұсқасы бар. Осындай газеттердің бірі Ақтөбелік «Рика» медиа-тобының құрамындағы 29 жылдық тарихы бар «Эврика» газеті. Бұл газет өзінің контентін rika.tv [8] сайты, Instagram, Facebook әлеуметтік желілері, Telegram мессенджері арқылы да таратады.

Бұл зерттеудің материалы ретінде тек орыс тілінде жарық көретін Ақтөбелік «Эврика» газетінің 2022 жылы басылған 580 мақаласы алынды. Зерттеу жұмысының әдістері: лингвистикалық әдебиеттерді шолуда сипаттамалық әдіс, аудиторияға прагматикалық әсер ететін лингвистикалық құралдарды талдау барысында жинақтау, топтастыру және қорыту әдістері қолданылды.

Нәтижелер және талқылау

Ақтөбелік тек орыс тілінде басылатын «Эврика» газетінің материалдарына шолу жасап, талдау жүргізе келе келесі нәтижелерге қол жеткіздік.

Прецеденттік мәтіндерді дереккөздеріне қарай топтастыруда біз Ресейлік ғалым-лингвист Е.А. Земскаяның [9] классификациясын негізге ала отырып, тақырыпаттарды келесі топтарға бөліп қарастырдық :

- 1) Танымал кинофильмдердің атаулары және олардан танымал болған дәйексөздер;
- 2) Ақын-жазушылардың туындыларының атаулары мен олардағы кейіпкерлердің қанатты сөздері;
- 3) Мақал-мәтелдер;
- 4) Әндердің атаулары мен мәтіндері

1. Танымал кинофильмдердің, атауларынан жасалған тақырыпаттар және кинофильмдерден алынған, халық арасында кеңінен тарап кеткен дәйексөздерден жасалған тақырыпаттар. Бұл БАҚ тіліне ең қолайлы прецеденттік мәтіндердің тобы болып табылады, себебі кинофильмдердің атауларын аудиторияның басым бөлігі біледі. Мәселен,

Внимание, всем постам! (№45 23.11.2022 ж.) <дереккөз – 1985 жылғы «Внимание, всем постам!» к/ф атауы>. Мақалада жол полициясы қызметкерінің өмірі туралы баяндалады. Кеңестік милицияның жұмысы туралы түсірілген бұл көркем фильмнің атауы тақырыпат ретінде қолданыла отырып, бұл туындымен таныс оқырманға мақалада не туралы жазылғанынан бірден ой тастайды.

Знай наших! (№36 21.09.2022 ж.) <дереккөз –1985 жылғы кеңестік «Знай наших!» кинофильмінің атауы>. Бұл фильм әлем чемпиондары атағын иеленген қазақтың тұңғыш кәсіпқой балуаны Қ. Мұңайтпасов пен орыс балуаны И. Поддубныйдың достығының тарихы туралы. Мақалада шетел

туристерінің әнші жерлесіміз Димаш Құдайберген оқыған оқу орындарына барып келгені туралы баяндалады. «Біздікін біл!» деген мағынамен тақырыпат осы фильмнің атауына сілтеме жасайды.

Улицы разбитых фонарей (№29 03.08.2022 ж.) <дереккөз – 1999 жылғы «Улицы разбитых фонарей» телесериалының атауы>. Мақалада түнгі уақытта қалада қылмыс деңгейінің артатыны туралы сөз етіледі. Полиция қызметкерлерінің күнделікті қызметі туралы түсірілген атақты телесериал атауының тақырыпат ретінде алынуы мақалада не туралы сөз қозғалатынынан хабар береді.

Завтра была война (№16 04.05.2022 ж.) <дереккөз – 1987 жылғы кеңестік к/ф атауы>. Мұндай тақырыпат мақалада Ұлы Отан соғысы жайында сөз етілетінін толықтай айқындайды.

Кому должен - всем прощаю (№18 18.05.2022) <дереккөз - «Кому я должен – всем прощаю» к/ф атауы>. Мемлекетіміздің сыртқы қарыз көлемінің ұлғайып отырғаны туралы мақалаға автордың осындай тақырыпат қоюы ирония әсерін тудырады.

Сондай-ақ, кинофильмдер кейіпкерлеріне тиесілі дәйексөздерді газет тақырыпаттарында қолдану үрдісі кеңінен кездеседі:

С ветром не поспоришь (17.08.2022 ж.) <дереккөз «Тайна королевы Анны или Мушкетеры тридцать лет спустя» кеңестік к/ф танымал қанатты сөз>. Мақалада ауа-райының бұзылуы іс-шараның жоспардағыдай өтуіне кедергі болғаны жайлы баяндалады.

Сообразим на троих? (№47 07.12.2022 ж.) <дереккөз – «Кавказская пленница» к/ф белгілі қанатты сөз>. Мақалада Ресей мемлекетінің Қазақстан мен Өзбекстанға үштік газ одағын құруға ұсыныс білдіргені туралы айтылады.

Кушать подано – садитесь жрать, пожалуйста (№46 30.11.2022 ж.) <дереккөз – «Джентльмены удачи» к/ф белгілі қанатты сөз>. Мақалада еліміздің мектептеріндегі асхана мәселесі туралы жазылған.

Хьюстон, у нас проблема! (№45 23.11.2022 ж.) <дереккөз – «Робинзон Крузо на Марсе» к/ф белгілі дәйексөз>. Мақала Қазақстандағы сандық хабар тарату желісіне қатысты мәселелер жайында сөз қозғайды. Кенеттен орын алып отырған келеңсіз жағдайға қатысты қарым-қатынасын автор осындай тақырыпат арқылы көрсетеді.

В поле каждый колосок (№23 22.06.2022 ж.) <дереккөз – «Брат» к/ф танымал дәйексөз>. Автор мақалада Қазақстандағы нан өнімдерін өндірудің қазіргі жағдайы туралы баяндайды. Бұл мысалдағы «поле», «колосок» сөздері мақаланың нан өнімдері туралы жазылғанына нұсқайды.

Какая гадость, эта ваша заливная рыба! (№2 19.01.2022 ж.) <дереккөз – «Ирония судьбы» к/ф белгілі дәйексөз>. Мақалада елімізде балық өндірісіне көп көлемде қаражат бөлінуі жоспарланып отырғаны туралы сөз етіледі.

Кейбір тақырыпаттарда танымал кинофильмдердің атаулары автор тарапынан трансформацияланып қолданылады:

Рожать не страшно (№36 21.09.2022 ж.) <дереккөз – 1991 жылғы кеңестік «Умирать не страшно» к/ф атауы трансформацияланған>;

Время собирать стронций (№25 06.07.2022 ж.) <дереккөз – «Время собирать камни» к/ф атауынан трансформацияланған>. Бұл мысалдардан байқағанымыз, прецеденттік мәтіннің көмегімен тақырыпат жасауда автор мақала мазмұнына қатысты бір сөзді екінші сөзбен алмастыра отырып, баяндалатын ақпаратқа қатысты авторлық бағасын береді.

2. Бұл топқа тақырыпат ретінде жұмсалған ресейлік және кеңестік ақын-жазушылардың кейбір туындыларының мәтіндері, кейіпкерлерінің дәйексөздері жатқызылды. Мысалы,

Буквы разные писать (№13 13.04.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік әнші М.Пляцковскийдің «Учат в школе» өлеңінен>. Мақалада қалада жаппай диктант жазу шарасының ұйымдастырылғаны туралы айтылған.

За морем житьё не худо (№46, 30.11.2022 ж.) <дереккөз - орыс ақыны А.С. Пушкиннің «Сказка о царе Салтане» атты өлең түріндегі ертегілер жинағындағы өлең жолдарынан алынған>. Мақалада шетелдік блогердің 4 түрлі елде азық-түлік тауарларына қатысты жасаған тәжірибесі жайлы баяндалады. Бұл мысалдағы «за морем» тіркесі шетелге қатысты ақпараттың болатынына меңзейді.

Умный в горы не пойдёт (№38 5.10.2022 ж.) <дереккөз - «Умный в гору не пойдёт, Умный гору обойдет...» орыс ақыны С. Михалковтың «Происшествие в горах» өлеңінен>. Мақалада автор соңғы кездері еліміздің әртүрлі қалаларында демалыс ұйымдастыру ұсыныстарының қаптап кеткенін жазады. Осындай тақырыпат қою арқылы, оқырманды демалыс турларын таңдауда сақ болуға шақырады.

Этот стон у нас песней зовется (№35 14.09.2022 ж.) <дереккөз - «Этот стон у нас песней зовется — То бурлаки идут бечевою!..» орыс ақыны Н.А. Некрасовтың «Размышления у парадного подъезда» өлеңінен>. Бұл мақалада автор жергілікті футбол клубы ойыншыларының қанағаттанарлықсыз ойыны туралы жазады. Мұндай ирониялы тақырыпат таңдау арқылы ол ойыннан алған әсерін жеткізеді.

Ты картина, я портрет (№24 29.06.2022 ж.) <дереккөз орыс жазушысы А.Чеховтың «Жалобная книга» әңгімесінен>. Мақалада қоғам қайраткерлерінің ұлттық валютамыздың дизайнын түбегейлі өзгертуге қатысты ұсыныстары туралы баяндалады. Біздің ойымызша, тақырыпаттың мақала мазмұнына қатысы жоқ. Алайда оқырман назар аударарлық күшке ие.

Что наша жизнь? Игра! (№45 23.11.2022 ж.) <дереккөз орыс жазушысы А.С. Пушкиннің «Пиковая дама» хикаятынан>. Мақалада әлемге танымал компьютер ойындарында Қазақстан жерлерінің көрініс тапқаны туралы айтылады. Бұл тұста да тақырыпаттың басты мақсаты аудитория назарын аударту, алайда мазмұны жағынан ерекшеленеді.

Как хорошо - уметь читать! (№23 22.06.2022 ж.) <дереккөз орыс ақыны В.Д. Берестовтың «Первый листопад» өлеңінен>. Автор мақалада баспа ісі мен кітап сатудың шығынды бизнес саласына айналып бара жатқаны туралы жазады.

Взять всё – и поделить! (№21 08.06.2022 ж.) <дереккөз «Да что тут предлагать?.. А то пишут, пишут...Конгресс, немцы какие-то... Голова пухнет.

Взять все, да и поделить...» – орыс жазушысы М.Булгаковтың «Собачье сердце» хикаятынан дәйексөз». Қазіргі БАҚ тілінде осындай прецеденттік мәтінге негізделген тақырыпат қою автор мен оқырман арасында диалогтың пайда болуына септігін тигізеді. Дегенмен, прецеденттік мәтін оқырманға таныс болмаса, диалогтың орын алмау ықтималдығы бар.

Бұл топта да кейбір прецеденттік мәтіндердің автор тарапынан трансформацияланып тақырыпат ретінде жұмсалуды байқауға болады:

В спектакле должно быть все прекрасно (№47 07.12.2022 ж.) <дереккөз – «В человеке должно быть все прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли...» орыс жазушысы А.П. Чеховтың «Дядя Ваня» пьесасынан танымал дәйексөзден трансформацияланған>;

Как закалялась медаль? (№18 18.05.2022 ж.) <дереккөз - Кеңес жазушысы Н. Островскийдің «Как закалялась сталь?» романының атауынан өзгертілген>. Бұл мысалдарда лексикалық трансформация орын алғанымен, құрылымы жағынан түпнұсқаны тануға болады.

3. Мақал-мәтелдер мен қанатты сөздер әлемнің тілдік бейнесін құрайды. Мұндай прецеденттік мәтіндер халықтың «ұжымдық жадында» сақталады деуге болады. «Эврика» газетінде басылған мақала тақырыптарында мақал-мәтелдер трансформацияланған түрде, еш өзгеріссіз немесе қысқартылған күйде кездеседі. Мәселен, тақырыптарда еш өзгеріссіз қайталанатын мақал-мәтелдер тура мағынасында жұмсалады:

Первый блин (№26 13.07.2022 ж.). «Первый блин комом» мақалы қандай да бір істің сәтсіз басталуы қалыпты құбылыс екенін білдіреді. Мақала авторы жергілікті футбол клубының алғашқы ойында жеңіліс тапқаны туралы баяндап, алдағы уақытта міндетті түрде өз алаңында жеңіс есебін қолдан жібермейтінін жазады.

Дружба дружбой, а денежки врозь (№19 25.05.2022 ж.). Мақалада автор Ресей мемлекеті Қазақстанның іскерлік серіктесі болғанымен, ірі көлемдегі қаражат мәселесіне келгенде көптеген сұрақтардың туындайтынын жаза отырып, мақаланы осылайша атаған.

Нашла коса на камень (№14 20.04.2022 ж.). Мәтел ешқайсысы берілгісі келмейтін адамдардың қақтығысына қатысты айтылады. Мақалада екі футбол клубының жасыл алаңда кездесіп, қызу ойын көрсеткені туралы сөз етіледі.

Старый конь борозды не испортит (№4 02.02.2022 ж.) <дереккөз «Старый конь борозды не испортит, да и глубоко не вспашет» мақалының алғашқы бөлігі>. Бұл мәтел егде жаста болғанымен тәжірибесі мол адамның алдына қойылған кез келген міндетті орындай алатынына қатысты айтылады. Тақырыпатты осылай таңдау арқылы автор елімізде зейнеталды жастағы қызметкерлер үшін жұмыс берушілерге қосымша төлем жасау жоспарланып отырғаны туралы жазады.

Работа не волк, в лес не убежит (№35 14.09.2022 ж.). Мақалада елімізде төрт күндік жұмыс аптасын енгізу ұсынылып отырғаны туралы баяндалады.

С миру по нитке (№34 07.09.2022 ж.) <дереккөз «С миру по нитке – голому рубаха» мақалының алғашқы бөлігі>. Мақалдың қазақша баламасы «жұмыла көтерген жүк жеңіл». Мақалада Қостанай облысындағы өртке

оранған аудандарға гуманитарлық көмек жіберіліп отырғаны туралы сөз етіледі. Демек, бұл тақырыпат мақаланың материалдық көмек туралы екенінен бірден ақпарат береді.

4. Келесі топқа басым көпшілігі Кеңес Одағы кезеңінде танымал болған әндердің атаулары мен мәтіндерінен құралған тақырыпаттар жатқызылды:

Не нужен нам берег турецкий (№22 15.06.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік әнші И.Кобзонның «Летят перелетные птицы» әнінің жолдары>;

Нет крыши дома своего (№10 16.03.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік әнші Ю.Антоновтың «Крыша дома твоего» әнінің атауынан сәл өзгертілген>;

Первым делом - самолёты (№41 26.10.2022 ж.) <дереккөз - кеңестік және ресейлік әртіс Н.Крючковтың әнінің атауы>;

Когда уйдём со школьного двора (№39 12.10.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік «Самоцветы» муз. тобының «Прощальный вальс» әнінің жолдары>;

Главней всего погода в доме (№35 14.09.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік әнші Л. Долинаның әнінің атауы>;

Кондуктор не спешит, кондуктор понимает (№34 07.09.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік әнші В.Маркиннің «Сиреневый туман» әнінің жолдары>;

Как здорово, что все мы здесь сегодня собрались (№30 10.08.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік әнші О. Митяевтің әнінің атауы>;

И вновь продолжается бой (№16 04.05.2022 ж.) <дереккөз – кеңестік және ресейлік әнші И.Кобзонның әнінің атауы>. Бұл тақырыпаттардың адресатқа жақсы таныс, белгілі өлең жолдарынан алынуы оны жаңаша коннотациялармен байытады, оқырман қауымға тигізетін әсерін ерекше күшейтеді [1]. Әндердің атаулары мен мәтіндерінің мақала тақырыпаты ретінде қолданылуының мақсаты – оқырманның айрықша эмоциялық реакциясын туғызу деп тұжырымдаймыз. Осы орайда айта кететін жайт, жоғарыда аталып өткен прецеденттік мәтіндер көбіне Кеңес Одағы заманында дүниеге келген аға-апаларымыздың көңілін бірден өзіне тартатын қуатқа ие қолданыстар. Ал жас оқырмандардың арасында мұндай прецеденттік мәтіндердің дереккөздерін біреуі білсе, екіншісі біле бермеуі мүмкін.

Талданып отырған газет мақалаларының авторлары прецеденттік мәтіндерді бейнелі сипаттау құралы ретінде қолданып қана қоймай, олардың көмегімен өңірде болып жатқан жағдайларға қатысты өз ойларын, пікірін білдіреді, эмоцияларын көрсете отырып, орын алып жатқан кейбір мәселелерді сынайды. Мәселен,

Никогда такого не было и вот опять (№27 20.07.2022 ж.) <дереккөз - кеңестік мемлекет қайраткері В.С. Черномырдиннің қанатты сөзі> жергілікті коқыс полигонының кезекті рет өртенгені туралы;

Кадры решают все (№18 18.05.2022 ж.) <дереккөз - Кеңес Одағы кезеңінің танымал саясаткері И.В.Сталиннің әскери академия түлектерінің

алдында айтқан, кең танылып кеткен сөзі> өңірде мамандардың жетіспеушілігі туралы;

Была зелень, да сплыла (№39 12.10.2022 ж.) <дереккөз «Был, да сплыл» тұрақты тіркесі> қала орталығында ағаштардың жаппай кесіліп жатқаны туралы;

Обещанное годами ждуют (№15 27.04.2022 ж.) <дереккөз «Обещанное три года ждуют» мақалы> кейбір тұрғын алаптарына ауыз су мен газдың өткізілмей отырғаны туралы ақпарат береді.

Қазіргі кезде газет мәтінінің прагматикалық әлеуетін арттыруда кеңінен қолданылатын тәсілдердің бірі – **сөзойнатым**. Автордың индивидуалды стилін айшықтауда бұл тәсілдің атқаратын рөлі де ерекше. Сөзойнатымның негізгі мақсаты – мәтінге ойнақылық, жеңіл әзіл, юмор мәнін үстей отырып, оның эмоционалды-экспрессивтік әсерін күшейту, басқаша айтқанда, комизм әсерін тудыру [10]. Жалпы тіл білімінде бұл құбылыс каламбур деп аталады. Тіл білімі сөздігі оны былай анықтайды: «Каламбур – көп мағыналы сөздерді, не айтылуы ұқсас, бірақ мағыналары әртүрлі сөздерді әзіл-сықақ ретінде пайдалану үшін жасалған сөйлеу айшығы [11, 540 б.]. Ал Қазақ тілінің энциклопедиясында «Каламбур – сөз бен сөз тіркестерінің дыбысталуы жағынан ұқсас келуінен туатын стилистикалық оралым, яғни сөз құбылту, сөз түрлендіру» деген анықтама берілген [12, 508 б.].

Сөзойнатым мәтін тақырыпаттарында қолданылатын аса маңызды стильдік тәсіл болып саналады. «Эврика» газетінде прецеденттік мәтіндерге негізделген сөзойнатым арқылы жасалған кейбір мақала тақырыпаттары ілкімәтіннің мағынасын теріске шығарады. Мысалы:

Четвероногие недруги (№22 15.06.2022 ж.) Орыс тілінде кең қолданыстағы «четвероногий друг» сөз тіркесі итке қатысты айтылатыны белгілі. Мақалада итке таланып жан тапсырған жасөспірім туралы сөз қозғалады. Бұл тақырыпат жануарға қатысты келеңсіз ақпараттың болатынын осылайша «алдын ала» хабарлайды.

Когда жареный петух клюнул (№47 07.12.2022 ж.) <дереккөз – «нағыз қиыншылық туындамайынша», «ең соңғы сәтте» деген мағынада қолданылатын «Пока жареный петух не клюнет» фразеологизмі>. Бұл тақырыпат болары болғаннан кейін мәселенің назарға алынып жатқанына меңзейді және бұл жерде мағыналық оппозицияны байқауға болады.

Предупреждён, но не вооружён (№45 23.11.2022 ж.). Мақалада автор «Предупрежден значит вооружен» мәтелін негізге ала отырып, қыс мезгілінде жер тайғақта тайып құлау қаупінің өте жоғары екенін жазады.

В тесноте и в обиде (№14 20.04.2022 ж.) «В тесноте да не в обиде» мақалы кері мағынада тақырыпат ретінде жұмсалған. Бұл мақала екі мемлекеттік мекеменің уақытша бір ғимаратқа орналастырылуының даулы мәселеге айналып отырғаны туралы баяндайды.

Несвятой отец (№1 12.01.2022 ж.) <дереккөз «святой отец» тіркесі>. Мақалада дін қызметшісінің асыранды балаларына зорлық-зомбылық көрсеткені туралы баяндалады.

Осылайша, автордың халыққа белгілі фразеологиялық бірліктерді сол күйінде қолданбай, өзгертіп, түрлендіруге ұмтылуы белгілі бір коммуникативтік-прагматикалық мақсатқа байланысты. Мәселен,

1. Мақалаға адресат назарын бірден аударып, оның материалды оқып шығуына түрткі болу;

2. Аудиторияға бұрыннан таныс фразеологиялық бірліктерді қолдану арқылы адресат санасында туындайтын әртүрлі ассоциациялар негізінде материалдың тез қабылданып, жеңіл түсінілуіне қол жеткізу;

3. Трансформацияланған фразеологизмдерге негіз болған пресуппозиция арқылы оқырман көңіл-күйіне әсер ету. Бұл - тақырыпаттардың әсер ету қызметінің экспрессивті қыры [13, 70-71б.].

Қазіргі БАҚ тілінде сөзойнатымның жасалуын бірнеше түрге жіктеп қарастыруға болады. Кейбір тақырыпаттар сөзойнатымның бір түрі болып табылатын **фонетикалық ойын** тәсілімен, яғни сөздің фонетикалық формасын өзгерту арқылы жасалады. Бұл тұста да журналистердің фонетикалық ойын жасауда прецеденттік құбылыстарды қолданатыны байқалатынын атап өткен жөн.

Мысалы, *Дьявол уносит Prado* (№10 16.03.2022) американдық жазушы Л. Вайсбергердің «Дьявол носит Прада» кітабының атауынан өзгертіліп жасалған тақырыпат. Бұл мақалада 2022 жылы Ресейдің Украинаға арнайы операциясының басталуынан кейін, әлемнің көптеген үздік брендтерінің, оның ішінде шетелдік автоөндірушілердің Ресей аумағында өз өндірістерін жауып, нарықтан шығып жатқаны туралы баяндалады. Осы тұста тақырыпаттағы «Prado» жапондық «Тойота Лэнд Крузер Прадо» автокөлігін нарықтан «алып бара жатыр» дегендей сөзойнатым әдісі қолданылған.

На острие мяча (№29 03.08.2022 ж.) <дереккөз – 1986 жылғы «На острие меча» кинофильмінің атынан трансформацияланып жасалған>. Фонетикалық өзгеріс «острие меча» тіркесінің негізінде орын алып отыр. Бұл тіркестің қазақшасы «қылыштың жүзі». Мақалада қазақстандық футбол клубы жанкүйерлерінің ашуын тудырып отырған мәселе туралы баяндалады. «На острие меча» сөз тіркесі өткір тұрған мәселеге қатысты қолданылады деп пайымдасақ, тақырыпаттың «на острие мяча» ретінде алынуы доп ойыны футболға қатысты даулы мәселенің орын алып отырғанына меңзейді деп есептейміз. Тақырыпаттағы фонетикалық ойын маңызды мазмұндық міндеттерді атқарумен байланысты болып келеді.

Крадённому коню в зубы не смотрят (№2 19.01.2022 ж.) «Дарёному коню в зубы не смотрят» мақалы өзгертіліп тақырыпат ретінде жұмсалған. Бұл тұста автор құрамында бірдей дыбыстар бар «дарёный» және «крадёный» сын есімдеріне негізделе отырып, прагматикалық реңкті беруде «дарёный» сөзін «крадёный» сөзімен алмастыру арқылы ирония әсерін туындатады. «Крадёный» және «дарёный» сын есімдерінде бірдей дыбыстар бар болғандықтан, сөздердің оқылуы ұқсас. Бұл сөзойнатым тәсілі мақаланы оқуға түрткілейді.

Бір топ тақырыпаттарға негіз болған мақал-мәтелдер тақырыпаттың мәнерлілік әлеуетін арттыру үшін сөзойнатым тәсілімен трансформацияланып, оларға жаңа мағына реңктері қосылады. Мысалы,

Любишь кататься, люби и саночки возить (№41 26.10.2022 ж.) «Любишь кататься – люби и саночки возить» мақалының үлгісімен жасалған. Мақалада алдағы уақытта трассалардың ақылы болатыны туралы баяндалады;

Кашу мясом не испортишь (№37 28.09.2022 ж.) «Кашу маслом не испортишь» мәтелінің ізімен жасалған. Мақалада еттің қымбаттауы сөз етіледі;

Солдат спит, денежка идет (№17 11.05.2022 ж.) «Солдат спит, служба идёт» мақалының ізімен жасалған. Мақала алдағы уақытта әскери қызметті ерікті түрде негізгі жұмыспен қатар алып жүруге қатысты заңнамаға өзгертулер енгізілетіні туралы;

Для бешеных санкций тысяча верст не крюк (№12 06.04.2022 ж.) Тақырыпат жасау үшін автор «Бешеной собаке семь вёрст не крюк» мақалын қолданады. Бұл мақал қандай да бір мақсатқа жету үшін шамадан тыс күш жұмсайтын адамға қатысты мысқылдап айтылады. Тақырыпатта мақалды сәл өзгерте отырып, автор оқырманның назарын аудартады;

Я не я, и реклама - не моя (№9 09.03.2022 ж.) «Я не я, и лошадь - не моя, и я не извозчик» мәтелі осылайша өзгертіліп алынған. Бұл мақалада автор халық қалаулыларының әлеуметтік желілерде күмәнді жарнама жасайтындарды жауапкершілікке тартуды ұсынып жатқанын жазады;

Что нам стоит дом построить (№34 07.09.2022 ж.) «Что нам стоит дом построить? Нарисуем - будем жить» халық арасында кең тарап кеткен әзіл мәтелдің бір бөлігі тақырыпат ретінде қолданылған.

Газет тақырыпатының прагматикалық әлеуетін арттыратын сөзойнатымның тағы бір түрі **графикалық құралдар** немесе графикалық ойын. Газет бетіндегі визуалды графикалық құралдар мәтінге қарағанда жылдамырақ ақпарат беріп, сигнал тарататын бірліктер [4, 211 б.]. «Графикалық ойын» термині медиа кеңістікте осы феноменнің пайда болуына байланысты аса зор танымалдылыққа ие болуда. Графикалық ойын дегеніміз жаңа сөз құрастыратын элементті қаріптік, түстік, кеңістіктік, пунктуациялық жағынан ерекшелену. Графикалық құралдардың өз функциясын толықтай атқаруы оларды көзбен көру арқылы ғана жүзеге асады және бұл олардың өзге сөзойнатым элементтерінен басты айырмашылығы болып табылады. 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. [14, 25 б.].

«Эврика» газеті мақалаларының тақырыпаттарында мынадай графикалық құралдардың қолданысын байқадық:

Оно ТБ надо? (№43 19.11.2022 ж.) тақырыпатындағы «қауіпсіздік техникасын» білдіретін (техника безопасности) «ТБ» аббревиатурасы барыс септігіндегі орыс тілінің «тебе» есімдігіне меңзеп тұрғанын аңғаруға болады.

Оған қоса, тақырыпат мақаланың қауіпсіздік техникасына қатысты екендігінен ақпарат береді.

Разрешите в IT (№12 06.04.2022 ж.) тақырыпаты шет тілі орфографиясының элементін пайдалану арқылы жасалған. Орыс тіліндегі «в» көмекші сөзі мен ағылшын тіліндегі «IT» (айти) аббревиатурасының бірге оқылуы орыс тіліндегі «войти» етістігінің оқылуымен ұқсас. Мұндай графикалық ойын мәтінді екі түрлі ұғуға мүмкіндік береді десек те болады. Тақырыпатты екі түрлі оқығанмен, бір-бірімен байланысы бар мағынада жұмсалып отырғанын көреміз. Себебі мақала елімізде сұранысқа ие болып отырған ақпараттық технологиялар саласы мамандарының өз жұмысын Қазақстанда жалғастыратыны жайлы баяндайды, яғни елге «кіруге рұқсат па?» деген мағынаның болуы әбден мүмкін.

Телехабар мен радио бағдарламалары бізді жаңа оқиғалар туралы хабардар етіп қана қоймай, айналамыздағы әлем туралы түсінігімізді қалыптастырады. Осы орайда телехабар мен радио бағдарламаларының көбінесе шет тілімен және шет елдегі оқиғаларымен тығыз байланысты екенін атап өткен жөн. Сәйкесінше, шет тілі мен бұқаралық ақпараттардың арасында тығыз байланыс орнайды. Бұқаралық ақпараттардың мәтінінде осындай ағылшын тілінен кіріктірілген «англицизмдер» көптеп кездеседі [15, 81 б.].

Три таксиста и @ (№9 09.03.2022 ж.) тақырыпатындағы айқұлақ таңбасының орыс тілінде «собачка» екені белгілі. Бұл типографиялық символды кез-келген ғаламтор қолданушысы біледі, өйткені ол электрондық поштамен тікелей байланысты. Мұндай графикалық ойын реципиент назарын аудартады, оның бұрыннан жинақталған тәжірибесіне сүйеніп мағынаны декодтауына ықпал етеді. Сондай-ақ берілген мысалдағы тақырыпаттың поляк жазушысы Я. Пшимановскийдің 1964 ж. жарық көрген «Четыре танкиста и собака» романының атауынан өзгертіліп алынғанын байқаймыз. Бұл да прецеденттік мәтін негізіндегі сөзойнатым қолданылған тақырыпаттың бір мысалы.

Осындай графикалық құралдар бүгінде БАҚ тілінде кеңінен қолданыс тапқан. Олар бір мезгілде екі түрлі мағына туғызумен ерекшеленеді және оқырманның назарын аудартады. Ойнатым элементі қолданылған тіркес көзге бірден түседі. Сондай-ақ, оқырман осындай элементті байқап қалған сәтте оның мағынасын түсініп алуға талпынады, яғни сол элементті «декодтау» қажеттілігі туындайды. Когнитивтік және прагматикалық міндеттерді шешуде түрлі типті сөзойнатым интенцияның, яғни тілдік тұлғаның өз эмоциясын білдіру, пікір объектісіне қатысты эмоционалдық қарым-қатынасты жеткізу қажеттілігінің нәтижесі ретінде көрінеді. Сөзойнатым арқылы мақала авторлары оқырманға әсер ету мақсатымен өздері үшін маңызды, өздерінің әлемді қалай көретінін бейнелейтін белгілі бір ақпаратты «кодтайды».

Қорытынды

Ақтөбелік «Эврика» газетіндегі мақала тақырыпаттарын зерттей келе, газет тақырыпаттарының прагматикалық әлеуетін арттыратын құралдар ретінде біз прецеденттік құбылыстарды, графикалық құралдар, сөзойнатым

және фонетикалық ойын әдістерін айқындадық. Осы газетке мақала жазатын авторлардың медиамәтінге ат қоюда көбінесе прецеденттік құбылыстарды қолданатынына көз жеткіздік. Қарастырылған мысалдар негізінде қазіргі газет тілі прецеденттік мәтіндер қолданысына бейімделгені және прецеденттік мәтіндер негізіндегі сөзойнатымдар тақырыпат деңгейінде кеңінен көрініс табатыны туралы тұжырым жасаймыз.

Газет мақаласының тақырыпаты мақалы мәтінінің құрамдас бөлігі болғандықтан, ол әлбетте мақаланың бүкіл мәтінімен семантикалық және құрылымдық жағынан үйлеседі. Оларда қатталған ақпаратты түсіну үшін жалпымәдени және лингвомәдени эрудицияның белгілі бір деңгейі қажет. Себебі, тақырыпаттағы сөзойнатымды, прецеденттік мәтінді, оның ішінде трансформацияланған түрін байқау үшін оқырман оның түпнұсқасын немесе дереккөзін біліп, семантикасын меңгерген болуы тиіс. Осылайша, газет тақырыпаттары оқырман санасында белгілі бір ассоциацияларды тудырып, оның сезімдері мен эмоцияларына жүгінеді және оқырманның аялық білімінің болуын қажет етеді.

Газет тақырыпаттарының өзіндік прагматикалық мақсаттарының болуы оларды жүйелі түрде ұйымдасқан және жалпылай алғанда газет мәтінінің ерекше деңгейін құрайтын коммуникация бірліктері ретінде көрсетеді. Тақырыпат газет мақаласына атау беріп қана қоймай, оқырманның мақаланы оқуға деген қызығушылығын тудырады; оны автордың дүниетанымдық ұстанымына қарай тартады; оқырманның баяндалып отырған фактілерге қатысты белгілі бір пікірінің қалыптасуына себепші болады.

Газет мәтіні мен тақырыпатындағы прагматикалық қарқындырушы тәсілдердің бір түрі болып табылатын сөзойнатым арқылы берілген мағына барынша өткір, эмоциялық бояуы қанық болып келеді. Сөзойнатым негізіндегі газет тақырыпаты оқырман қауымның қызығушылығын оятқан жағдайда адресат сөз астарындағы жұмбақты шешуге ұмтылатын ойша әрекетке көшеді. Кәсіби дайындығы бар тілші маманның ақпараттың прагматикалық әлеуетін арттыру негізінің мәні осында. Журналистер мен жарнамашылар сөзді материал іспетті қолданады. Тілдік бірліктен кез келген тақырыпатты жасап шығаруға болады, сондықтан бұл мамандардың жұмысын мүсіншінің туындысына теңеуге болады.

ӘДЕБИЕТ

[1] Есенова Қ.Ө. Қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде): фил. ғыл. докт. дисс. – Алматы, 2007. – 33 б.

[2] Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 1990. – 125 с.

[3] Жақсыбаева Ф.З. Газет мәтініндегі прагматикалық функция атқаратын микрокомпоненттер // Вестник: Филологические науки. – 2001. – № 3. – 102 б.

[4] Жақсылықова Г. Медиамәтіннің прагматикалық қырлары // ҚазҰУ хабаршысы. Филология сериясы. – 2012. – №3 (137). – 211 б.

[5] Сейдалиева Г.О. Мерзімді баспасөздегі стереотиптердің лингвопрагматикалық ерекшеліктері. – 13 б.

[6] Караулов Ю. Н. Семантический гештальт ассоциативного поля и образы сознания // Языковое сознание: содержание и функционирование: тез. док. XIII Международного

симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации (Москва, 1-3 июня 2000 г.) / отв. ред. Е. Ф. Тарасов. – М.: ИЯ РАН, 2000. – 191 с.

[7] Ақабаева М.О. Медиамәтін – әлемнің медиабейнесін жасаушы негізгі фактор // Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ Хабаршысы, «Филология ғылымдары» сериясы. – 2022. – №4 (67). – 16 б.

[8] «РИКА-ТВ» телекомпаниясы «Эврика» газеті ресми сайты. – URL: <http://www.rikatv.kz> 09.06.2023

[9] Земская Е.А. Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. – М., 1983. – 39-54 б.

[10] Дюсембина Г.Е. Мерзімді баспасөздегі ғаламның аксиологиялық бейнесі (саяси мәтіндер негізінде): филос. ғыл. докт. ... дис. (PhD). – Алматы, 2016. – 177 б.

[11] Тіл білімі сөздігі. – Алматы: Ғылым, 1998. – 540 б.

[12] Қазақ тілінің энциклопедиясы. – Алматы, ДК-ТҚРО, 1998. – 508 б.

[13] Каримова Б.Т., Әсетова Ж.Б. Қазіргі қазақ ресми баспасөзіндегі медиа-мәтін сипаты // Вестник КазНУ. Серия филологическая. – 2011. – №3 (133). – 70-71 б.

[14] Ақабаева М.О., Абикенова Г.Т., Абикенова Г.Т. Медиакоммуникацияның лингвистикалық мәселелері // Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ Хабаршысы, «Филология ғылымдары» сериясы. – 2022. – №1 (64). – 25 б.

[15] Жусубалина Ж.М., Глеубердиев Б.М., Тасполатов Б.Т. Радио, телехабар тілінің англицизмдерді қалыптастырудағы рөлі // Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ Хабаршысы, «Филология ғылымдары» сериясы. – 2022. – №4 (67). – 81 б.

REFERENCES

[1] Esenova Q.Ö. Qazırǵı qazaq media-mätınıńń pragmatikası (qazaq baspasöz materialdary negızinde) (Pragmatics of the modern Kazakh media text (based on the materials of the Kazakh press)): fil. ğyl. dokt. diss. – Almaty, 2007. – 33b. [in Kaz.]

[2] Komisarov V. N. Teoria perevoda (lingvisticheskie aspekty) (Translation theory (linguistic aspects)). – М.:Vysshiaia škola, 1990. – 125 s. [in Rus.]

[3] Jaqsybaeva F.Z. Gazet mätınındegı pragmatikalıyq funkсія atqaratyn mikrokomponentter (Microcomponents in newspaper text that perform a pragmatic function) // Vestnik: Filologicheskiye nauki. – 2001. – № 3. – 102 b. [in Kaz.]

[4] Jaqsylyqova G. Mediamätınıńń pragmatikalıyq qyrlary // QazĪU habarşysy. Filologia seriasy. – 2012. – № 3 (137). – 211 b. [in Kaz.]

[5] Seidalieva G.O. Merzımdı baspasözdegi stereotipterdıń lingvopragmatikalıyq erekşelikterı (Linguopragmatic features of stereotypes in the periodical press). – 13 b. [in Kaz.]

[6] Karaulov İu. N. Semanticheski geştält asosiativnogo polä i obrazy soznania // İazykovie soznanie: soderjanie i funkcionirovanie (Semantic gestalt of the associative field and images of consciousness): tez. dok. XIII Mejdunarodnogo simpoziuma po psiholingvistike i teorii komunikasii (Moskva, 1-3 iunä 2000 g.) / otv. red. E. F. Tarasov. М.: İA RAN, 2000. – 191 s. [in Rus.]

[7] Aqabaeva M.O. Mediamätın – älemnıń mediabeinesın jasauşy negızǵı faktor (Media text is the main factor that creates the media image of the world) // Abylai han atyndaǵy QazHQ және ÄTU Habarşysy, «Filologia ğylymdary» seriasy. – 2022. – №4 (67). – 16 b. [in Kaz.]

[8] «RIKA-TV» telekompaniasy «Evrika» gazetı resmi saity (TV company "Rika-TV" newspaper "Evrika" official website). – URL: <http://www.rikatv.kz> 09.06.2023

[9] Zemskaia E.A. İazykovaia igra (Language game) // Ruskaia razgovornaia rech. Fonetika. Morfologia. Leksika. Jest. – М., 1983. – S. 39-54 [in Rus.]

[10] Düsembina G.E. Merzımdı baspasözdegi ğalamnyń aksiologialıyq beinesı (saiasi mätinder negızinde) (Axiological picture of the universe in the periodical press (based on political texts)): fil. ğyl. dokt. ... dis. (PhD). – Almaty, 2016. – 177 b. [in Kaz.]

[11] Тіл білімі сөздігі (Dictionary of linguistics). – Алматы: Ғылым, 1998. – 540 б. [in Kaz.]

[12] Qazaq tılınıñ ensiklopediasy (Encyclopedia of the Kazakh language). – Almaty, DK-TQRO, 1998. – 508 b. [in Kaz.]

[13] Karimova B.T., Äsetova J.B. Qazırgı qazaq resmi baspasözindegi media-mätın sipaty (The nature of the media text in the modern Kazakh official press) // Vestnik KazNU. Seria filologicheskai. – 2011. – № 3 (133). – B. 70-71 [in Kaz.]

[14] Aqabaeva M.O., Abikenova G.T., Abikenova G.T. Mediakommunikasianyñ lingvistikalyq мәseleleri (Linguistic problems of media communication) // Abylai han atyndaғы QazHQ jäne ÄTU Habarşysy, «Filologia ğylymdary» seriasy. – 2022. – № 1 (64). – 25b. [in Kaz.]

[15] Jusubalina J.M., Tleuberdiev B.M., Taspolatov B.T. Radio, telehabar tılınıñ anglisizmderdi qalyptastyrudaғы röli (The role of the language of radio, television broadcasting in the formation of anglicisms) // Abylai han atyndaғы QazHQ jäne ÄTU Habarşysy, «Filologia ğylymdary» seriasy. – 2022. – № 4 (67). – 81 b. [in Kaz.]

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА, УСИЛИВАЮЩИЕ ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ (НА ПРИМЕРЕ АКТЮБИНСКОЙ ГАЗЕТЫ «ЭВРИКА»)

Сарбасова А.Е.¹, *Кубаева А.Г.²

¹кандидат филологических наук, доцент, Актюбинский региональный университет им. К. Жубанова, e-mail: aigul_sarbassova@mail.ru

*²магистрант, Актюбинский региональный университет им. К. Жубанова
Актобе, Казахстан, e-mail: assemginayat@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются языковые средства, используемые в газетных заголовках для усиления прагматического эффекта. Целью статьи является определение лингвистических средств в заголовках медиатекстов, используемых авторами газетных статей для прагматического воздействия на читателя. Актуальность статьи объясняется необходимостью более глубокого изучения процесса коммуникации, направленной на читателя, так как в настоящее время в мировом научном сообществе наблюдается рост внимания к прагматическим аспектам использования языковых средств. Научная и практическая значимость статьи отражены в ряде конкретных теоретических обобщений, в частности воздействующих характеристик газетных заголовков для описания механизма реализации прагматической ситуации. Новизна статьи заключается в том, что впервые были изучены и описаны лингвостилистические и лингвопрагматические особенности медиатекстов Актюбинского региона.

Сложность проблемы исследования предполагает своеобразие прагматического аспекта в газетных заголовках и разнообразие используемых языковых средств, что привело к использованию ряда методов при изучении данной темы. В качестве основного метода был использован традиционный описательный метод. Также, были применены методы обобщения результатов и классификации в процессе анализа лингвистических средств, прагматически воздействующих на аудиторию.

Ценность работы состоит в том, что описание прагматического потенциала газетного заголовка и усиливающих его языковых средств, может внести лепту в проведение похожих исследований в последующем и возможностью применения концептуального аппарата на курсах по журналистике, лингвистической прагматике, лексикологии, стилистике, лингвокультурологии, медиамаркетинге и др. Работа также вносит определенный вклад в формирование системы методов и приемов в медиалингвистике.

В ходе работы над статьей были получены следующие результаты: после тщательного обзора материалов Актюбинской газеты «Эврика», заголовки были разделены на 4 основные группы по источникам прецедентных текстов, имеющих прагматическую силу, способную влиять на аудиторию. Так же, было подробно изложено как применяется игра слов на страницах газет, как средство усиления прагматического потенциала современного

газетного текста. Кроме того были выявлены такие виды игры слов, как графическая и фонетическая словесные игры.

Ключевые слова: прагмалингвистика, медиа-текст, газетные заголовки, прецедентные феномены, игра слов, каламбур, графическая игра, фонетическая игра

LANGUAGE MEANS ENHANCING THE PRAGMATIC POTENTIAL IN NEWSPAPER HEADLINES (ON THE EXAMPLE OF THE AKTOBE NEWSPAPER EVRIKA)

Sarbassova A.Ye.¹, *Kubayeva A.G.²

¹Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, K. Zhubanov
Aktobe Regional University, Aktobe, Kazakhstan, e-mail:

aigul_sarbassova@mail.ru

*²Master's student, K. Zhubanov Aktobe Regional University
Aktobe, Kazakhstan, e-mail: assemginayat@gmail.com

Abstract. The article investigates linguistic means used in newspaper headlines to enhance the pragmatic effect. The purpose is to identify linguistic means in the headlines of media texts to influence the reader pragmatically. The relevance of the article is explained by the need for a deeper study of communication process aimed at a reader, since currently in the global scientific community there is increased attention to the pragmatic aspect of the linguistic means' use. The scientific and practical significance of the article is reflected in a number of specific theoretical generalizations, in particular the influencing characteristics of newspaper headlines to describe the mechanism for implementing a pragmatic situation. The novelty of the article lies in the fact that for the first time the linguostylistic and linguopragmatic features of media texts of the Aktobe region were studied and described.

The complexity of research led to the use of a number of methods. The traditional descriptive method was used and methods of generalization and classification were applied in the process of analyzing linguistic tools that affect the audience.

The value of the work lies in the fact that the description of the pragmatic potential of a newspaper headlines can contribute to similar studies in the future as well as the possibility of using the conceptual apparatus in courses on journalism, linguistic pragmatics, lexicology, stylistics, cultural linguistics, media marketing, etc. The work also makes a certain contribution to the formation of a system of methods and techniques in media linguistics.

In the article, following results were obtained: after a full review of all headlines in the Aktobe newspaper «Evrika», they were divided into 4 groups according to the sources of precedent texts. In addition, the details of wordplay in newspapers were shown; graphic and phonetic word games have been identified.

Keywords: pragmalinguistics, media text, newspaper headlines, precedent phenomena, wordplay, pun, graphical puns, phonetic puns

Статья поступила 11.08.2023