

ПАНДЕМИЯ КЕЗІНДЕГІ МЕДИАДИСКУРС: СӨЗЖАСАМДЫҚ ҚҰРЫЛЫМДАР

*Есенова К.У.¹, Құрманәлиев К.А.², Балтабаева Ж.К.³

*¹филология ғылымдарының докторы, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің профессоры, Алматы, Қазақстан,
e-mail: kalbike_65@mail.ru,

²филология ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі,
Алматы, Қазақстан,
e-mail: kareke09@mail.ru,

³педагогика ғылымдарының докторы, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің профессоры, Алматы, Қазақстан,
e-mail: baltabaevazhanalik@mail.ru

Аңдатпа. Мақала Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдарында жиі ұшырасатын және жалпыхалықтық қолданысқа еніп кеткен пандемияға қатысты жаңа сөздердің жиілігін тексеру арқылы қолданысқа тез енетін сөзжасамдық құрылымдарды анықтауға арналған **ИРН AP14870178 (Мемлекеттік тіркелу номері 0122PK00597) «Қазақ қоғамының тілдік контенті: өзгерістер мен жаңарулар (пандемия кезі; 2020-2022 жж.)»** тақырыбындағы ғылыми жоба негізінде жазылды. Электронды БАҚ тілінде ерекшеленген сөзсаптам құрылымдарын және сұхбаттардың, ғаламтордан алынған әртүрлі тақырыптағы бағдарламалардағы қазақ қоғамының психологиялық ахуалын, оның тілдік көрінісін зерттеуге, осы жылдардағы басты тақырыптарды анықтауға және оның себептерін нақтылауға, пандемия кезіндегі медиамәтін ерекшеліктеріне, адресант, адресат факторларына негізделеді.

2019 жылы Қытайда болып, артынша дүниежүзі елдерінде белең алған «Ковид-19» деген атаумен танылған карантиннің пандемияға айналғаны белгілі. Қалай десек те, бүкіл әлем жұртшылығы осы қиын жағдайдан шығатын жолды бірлесіп іздеп, ауызбіршілік танытуға, жаңадан қойылған түрлі талаптарды орындауға, яғни жағдайға қарай бейімделуге мәжбүр болды. Халықтың үйреншікті тұрмыс-тіршілігіне келген осындай өзгеріс оның тілінде ерекше көрініс тапты. Мақалада «Ковид-19»дың тілімізге, сөзқолданысқа тигізген әсері нақты мысалдар негізінде талданады. Тіл маманы ретінде сол өтпелі кезеңде пайда болған, белсенді қолданылған түрлі тілдік бірліктерді жинастырып, оларды құрамына, айтылу мақсатына, тақырыбына қарай топтастыру және саралауды мақсат еттік. Сондай-ақ, жаңа қолданыстардың қоғамдық санаға тигізген оң немесе теріс әсері, тыңдаушының оларды қабылдауы мен түсінуіндегі кедергілер, сол жаңа сөз қолданыстарды сөздік қорда орнықтырудағы БАҚ-тың рөлі, жеке тұлғалардың сөзсаптау ерекшеліктері, тіл дамуының маңызды бір кезеңі ретінде танылды. Бұл қолданыстар постпандемия кезеңінде белсенді жұмсалмағанымен, халықтың басынан өткен саяси жағдай туралы ақпарат беретін тілдік бірліктер ретінде сөздік қордан орын алатыны даусыз. Қалай десек те, ол ХХІ ғасырдағы тіл қолданысының өзіндік бір ерекшелігін көрсететін тілдік дерек немесе факт ретінде тарихтан орын алады. Демек, сөздік құрамның кірме қабатына елеулі өзгеріс енгізген медициналық терминдер, олардың қазақ тіліндегі баламалары зерттеуімізге арқау болады. Бұларды тіл қолданысының әлеуметтік, прагматикалық, психологиялық қырынан бағалануы тиіс бір тілдік материалдар деп танымыз.

Тірек сөздер: медиаәтін, жаңалық, сөзжұмсам, ауру атаулары, медициналық препарат, аппарат, ковид, вирус, пандемия, шектеу, прагматика, сендіру категориясы, медиасөйлеу, басылым, БАҚ тілі, медиакеңістік, стильдік өзгеріс, тілдік көрініс, сөзжасамдық құрылымдар.

Негізгі ережелер

XX ғасырда стилистиканың публицистикалық стиль деп аталатын дербес саласында газет-журнал мақалаларына қойылатын бірқатар талаптың болғаны, оны журналшылар мен қаламгерлер, тілшілер қатаң сақтағаны белгілі. Баспасөзде жарық көретін мәтіндер мақала, сұхбат, репортаж, хабарландыру, сыни мақала т.б. жанрларға бөлініп, әрқайсысына тән клишелер, штамптар міндетті түрде қамтылғаны да мәлім. Тіпті мәтін авторы сол талаптарды орындамаса да редакцияға келіп түскен материал редакторының сараптамасынан кейін міндетті түрде қолданылуы тиіс дайын тілдік оралымдармен толықтырылып шыға келетін. Осыған орай сол кезде жүргізілген тілдік саясат ықпалымен қазақ тіліндегі басылымдарда орыс тіліндегі лозунглер, коммунистік партияның үндеулері, түрлі бастамалары қалай да көрініс табатын. Осы тұрғыдан алғанда, кеңес кезеңіндегі БАҚ тілі аударма материал сипатында болғаны аян. Тіл қолданысының жаңаша үлгілері, негізінен, көркем әдеби стильге тән болды. Ана тіліміздің құнарлы бөлігін құрайтын тарихи сөздер, ұлттық нақыштағы көнерген сөздер, бейнелі тіркестер жекелеген ақын-жазушылардың көркем туындыларында ғана кеңінен қолданыс тапты деуге болады. Соған сәйкес лингвистикалық зерттеулер әдебиет тарихы бойынша әртүрлі кезеңге жататын шығармалардың тілдік ерекшеліктерін қарастыруға арналған еді. Біртіндеп XX ғасырдың соңына қарай зерттеушілер публицистикалық стильге назар аударма бастады. Өйткені БАҚ-та қоғам өмірінің барлық саласы қамтылып, тіл кеңінен қолданысқа ие болды. В.Я.Солганиктің «Қоғамдағы тілдік әдеби нормаларды, тілдік талғамды, тілдік мінез-құлықты қалыптастыруға тигізетін ықпалы жағынан БАҚ тіліне көркем әдебиет тілі де, кез келген басқа стиль де тең келмек емес», - деген пікірімен келісеміз [1,128 б.]. Себебі қоғамда көркем шығарма оқымайтын адамдар болса да, БАҚ материалына назар аудармайтын адам кемде-кем. Кез келген әріп танитын адам ең болмағанда әлеуметтік желілер арқылы таралып жатқан үлкенді-кішілі хабарламаларға көз жүгіртетіні рас. Демек, айналамызда болып жатқан әртүрлі жаңалықтар – ең алдымен медиакеңістікте таралады, сонымен біртіндеп қоғамдық санада орнығады.

Басқаша айтқанда, алдыңғы буын аға-апаларымыз тілдің құнарын көркем шығармалардан іздесе, қазіргі буын барлық ақпаратты медиакеңістіктен алады және БАҚ-та пайда болған кез келген тілдік қолданыс ауызекі сөйлеуге еніп кетеді. Яғни, БАҚ – күллі жаңалықтың қайнар көзі іспеттес.

Мақаланың мүддесі – пандемия кезіндегі жаңа қолданыстардың сөзжасамдық құрылымына шолу жасау. Баршамызға белгілі, сөзжасам – жаңа мағыналы туынды сөздің қалыптасуы мен мағыналық дамуын, жасалу

тәсілдерін негіздейтін тіл білімінің саласы. Сөзжасамдық құрылымдардың басты ерекшелігі – синтетикалық және аналитикалық тәсілдер арқылы жаңа мағыналы атау тудыру. Сөзжасамдық құрылымдар жаңа атауларға қоғамдық дамудағы күрт өзгерістер, яғни тосын жағдаяттардан пайда болған ұғымдарға дер кезінде атау беріп сөзқолданысқа енгізу мұқтаждығы туындағанда белсенді қызмет атқаратынын осы мақала тақырыбын зерттеуде аңғара бастадық. Мысалы: «медицинская маска» атауы тек медицинаның тар аясында ғана қолданылып келе жатқан, сөзқолданысқа аса ене қоймаған терминдік ұғым болатын. Пандемия кезінен бастап «маска» – «бетперде» деген жаңа атауға ие болды. *Бетперде* – сөзжасамның аналитикалық тәсілімен жасалып отыр. Мағынасы – ауа тамшылары арқылы жұғатын қауіпті вирустардан қорғайтын медициналық қорғаныс құралы. Бетперденің белсенді қолданысының деңгейі жоғары болғаны соншалық, «*бетперделілер*», «*бетпердесіздер*», «*бетпердесіздік*» сияқты синтетикалық жолмен жасалған сөзжасамдық құрылымдар да белсенділікке ие болды. Бұл жаңа сөзқолданыстардың әрине, БАҚ тілінде жаппай қолданыла бастаған кезі 2021-22 жылдардағы коронавирус карантині кезеңі болатын.

Кіріспе

Интернет желісі ел өмірінде нық орын алғалы көпшілік қағазға басылған БАҚ-тан едәуір алыстады. Қоғам мүшелерінің ұялы телефонды қолданбайтын бөлігі өте аз десек, шындықтан алыстамаймыз. Себебі қазіргі кезде еңкейген қариядан еңбектеген балаға дейін телефонның тілін меңгеріп алған. Сондықтан бұрын саяси, әлеуметтік, экономикалық тақырыпқа арналған мәтін бірнеше рет сүзгіден өтіп, сұрыпталып халыққа «тиісті және қажетті деңгейде» жеткізілетін болса, қазіргі кезде кез келген ақпарат алғашқы нұсқасында ешқандай түзетусіз «қаз-қалпында» ғарыштық жылдамдықта таралып кетеді. Бұл – соңғы жылдары ерекше дамып келе жатқан ақпараттық технологияның жемісі. Бір қызығы, көпшілік ресми дереккөзден гөрі осындай ел аузында жүрген хабарламаларға көбірек құлақ түреді. Бұл жерде әлеуметтік желілер арқылы таралған ақпараттың қанша пайызы шындыққа жақын, қаншасы ойдан шығарылғандығы анық емес. Алайда «ел құлағы елу» принципі бойынша таратылатын ақпараттың ұжымдық санаға белгілі бір дәрежеде оң немесе теріс ықпал ететіні сөзсіз.

Біз дәстүрлі баспасөзбен салыстырғанда жаңа электронды БАҚ арқылы таралатын ақпараттың оқырман қауым үшін ашатын мүмкіндіктері кең екенін баса айтқымыз келеді. Яғни, қазір қай тақырып бойынша қайдан дерек алам десеңіз де шектеу жоқ, бүкіл ақпаратты қолымыздағы шағын құрылғыдан таба аласыз және ол күні-түні қол жетімді. Демек, тіл ұстанушы әлемді үздіксіз тануда, сонымен бірге әртүрлі дереккөздер келіп түсіп жатқан тілдік материалды саралап, сұрыптап отыруға уақыт тапшы болғандықтан, түрлі жаңа қолданыстарды бастапқы «өңделмеген, жөнделмеген, шикі» күйінде қабылдауға мәжбүр. Осылайша сөз тазалығы, сөз дәлдігі, сөз мәнерлігі сияқты коммуникативтік сапалардың маңыздылығы жойылып шұбарланған, дәлелденбеген, кейде дәйектелмеген мәтіндер еркін айналымда жүреді. Бұл –

біріншіден, лингвоэкологияның мәселесі болса, екіншіден, прагмалингвистика мен социалингвистиканың күрделі зерттеу нысаны. Қоғам өміріндегі осындай хаос Ковид-19 кезінде тіпті күшейіп кетті. Елді билеген үрей, күн сайын таралып жатқан ауру, одан көз жұмған адамдар саны, дәрі-дәрмектің жетіспеушілігі, күнкөрістің қиындауы, еркіндікке қойылған шектеу, төрт қабырғаға қамалу, т.б. тосын жағдайлар халықтың, қоғамның психологиялық ахуалын нашарлатқаны сөзсіз. Екі жылға созылған оқшаулау жұртшылықтың психологиясына, әлеуметтік жағдайына, тұрмыс-тіршілігіне, қарым-қатынасына, денсаулығына, экономикалық ахуалына түбегейлі әсерін тигізді. Карантиннің салдары әзірге толық есепке алына қоймады. Алайда тіліміздің дамуына тигізген ықпалына, медиакеністіктегі жаңа қолданыстарға, оның тілдік көрінісіне, теле, радио тілінің стильдік өзгерісіне талдау жасау арқылы шамалап баға беруге болады деп ойлаймыз. Өйткені медиасөзжұмсамда стилистиканың тілдік мүмкіндіктерінен бөлек экстралингвистикалық факторлар, атап айтқанда баспалардың, агенттердің, желілік басылымдардың ұстанымдары мен саясаты басшылыққа алынады. Онда автордың өзіндік пікірі, дауысы айқынырақ көрініс табады [2,47 б.]. Дегенмен, мәжбүрлі оқшаулау кезінде медиакеністікте бейресми дереккөздер арқылы расталмаған ақпараттың таралуына көп жол берілді. Тіпті пандемия кезінде Ковид-19-ға қатысты мәліметтің күн сайын қарша борағаны, кімнің рас, кімнің жалған сөйлеп отырғанын аңғару қиындық тудыратындай жағдайға жеттік.

Зерттеушілер медиакеністікті зерттегенде гуманитарлық ғылымдарға тән әдістерді қолдануды ұсынады. Бұл жерде лингвистика, ақпараттық технологиялар және социомәдени ғылымдардың тоғысында пайда болып қалыптасқан медиалингвистиканың тәсілдерін пайдаланған жөн. Жалпы осы саладағы еңбектерде медиамәтін, медиакеністік, медиасөзжұмсам, БАҚ тілі сияқты терминдердің аражігі айқындала қоймаған. Яғни, олар белгілі бір дәрежеде синоним сияқты жұмсала береді. Ақпарат дәуірі (заманы) ақпарат деген атауға ие болған бүгінгі күні БАҚ – бұқаралық коммуникацияны жүзеге асырушы негізгі тетік ретінде танылып, мойындалып отыр. Ғалам бейнесінің бір үзiгiн репрезентациялай отырып, оның бұқаралық санадағы ақпараттық бейнесiн қалыптастыратын медиамәтiн - социумға әсер етудiң прагматикалық стратегияларын жүзеге асырушы, күрделi құрылым болып табылады [3,429 б.]. Ал ғалым Т.Г.Добросклонская медиамәтiндi «вербалды және медиалық деңгейдегi таңбалардың белгiлi бiр мағынаны жеткiзу үшiн дәйектi түрде тiркескен және қандай да бiр медиаформатта өзектелген шоғыры» ретiнде анықтайды [4,30 б.]. Бұл жерде автордың медиаденгей деп отырғаны - медиамәтiннiң графикалық, көрнекiлiк, аудиовизуалды компоненттерi. Сонымен пандемия кезiнде Қазақстандағы және әлемдегi күллi тiршiлiк, коммуникация, қоғам өмiрiнде орын алған барлық жағдайлар медиакенiстiкте көрiнiс тапты және олардың әрбiрi медиамәтiндерде түрлi қолданыстар арқылы айшықталды.

Зерттеу материалдары және әдістері

Жалпы Қазақстанда ресми деректерге сүйенсек, қазіргі таңда 4873 БАҚ тіркеліп қызмет етуде. Олардың 3541-і мерзімді баспасөз, 2155 – газет, 1386-журнал, 184-телеарна, 79-радио, 802-ақпараттық агенттік пен желілік басылымдар [5].

Бір айта кетерлік жайт, жарты ғасырлық, бір ғасырға жуық тарихы бар БАҚ түрлері қазіргі цифрландыру кезеңінде түгелге жуық электрондық нұсқада да таралады. Мысалы, республикамызда ең танымал «Егемен Қазақстан» газеті өзінің бүкіл контентін сайттан бөлек әлеуметтік желілер мен мессенджер арқылы да таратады. Статистикаға сүйенсек, желіде халық ең көп қарайтын, оқитын материалдар ақпараттық агенттіктер мен желілік басылымдар екен. Олардың ішінде ең жиі қаралатын 5 ақпараттық агенттік пен желілік басылым ретінде Tengrinews.kz., inform Бюро, Казинформ, Azattyq Ruhy, NewsTimes.kz көш бастап тұр [6, 4-5 бб.].

Мақалада қазақ тілінде шығатын «Егемен Қазақстан» және «Жас Алаш» газеттерінің 2020-2022 жылдардағы сандарынан және фейсбук әлеуметтік желісінен алынған мәтіндерге талдау жасалды.

Зерттеу барысында қазақ тілінде ақпараттар тарататын БАҚ-тан үздіксіз іріктеу әдісімен терілген жүзге жуық мысалға прагматикалық, семантикалық талдау жасалды. Жалпы зерттеу барысында материалдарды жинақтау, жүйелеу, топтастыру, статистикалық, аксиологиялық талдау, саралау, лексика-семантикалық, сипаттау, қорыту т.б. әдістер пайдаланылды.

Біріншіден, мақаланы зерттеу барысында дедуктивті (талдау), индуктивті (жинақтау) әдістері қолданылды. Яғни БАҚ тілінде 2020-22 жылдары жарияланған пандемияға қатысты мақалалар жинақталды. Ондағы жаңа қолданыстардың сөзжасамдық құрылымы талданды.

Екіншіден, контент-талдау әдісі қолданылды. Әлеуметтік желідегі шеттілдік жаңа атаулардың жиіленуіне орай, барлық пост, комментарий мәтіндеріндегі жаңа сөзжасамдық құрылымдар анықталды.

Аналитикалық жолмен жасалған сөзжасамдық құрылымдар:

Вакцина – вакционфил, вакцинокризис, вакцинодепрессия;

Карантин – карантиномания;

Короно – короножаңалық, коронодүрбелең.

Синтетикалық жолмен жасалған сөзжасамдық құрылымдар:

Вирусшылар, вакциналанғандар, екпеленбегендер, т.б.

Әдебиеттерге шолу

Отандық ғалымдардың арасында пандемия кезіндегі жаңа қолданыстар туралы мақалаларға қалам тартқандар бірен-саран. Мәселен, М.Жолшаева, А.Жағабекованың «Covid-19 пандемиясының қазақ медиамәтініндегі көрінісінің лингвопрагматикасы» атты мақаласында жаңа сөзқолданыстардың адамға үрей тудыру әсерлілігі талданады. Д.Абильденова «Covid-19 кезеңіндегі қазақтың үйлену той мен оның қазақстандық БАҚ-тағы репрезентациясы» атты мақаласында пандемия кезіндегі әлеуметтік күй мен тілдік ахуалдың байланысын қарастырған.

Шетелдік ғалымдардың зерттеулері бойынша мақаламызға қатысты мәліметтер А.Абрамовтың «Словарь эпохи коронавируса: «Ковидиоты на

самоизоляции зачали корониалов, зумились и оформили ковидиворс», О.Северскаяның «*Как вирус заражает наш язык? Про коронавтов, ковикистов и карантикулы»,* Е. С. Громенко, А. С. Павлова, М. Н.Приёмшевалардың «[О «ковидно-коронавирусных» процессах в русском языке 2020 года](#)», С.Бабкиннің «Коронавирус останется в обозримом будущем» мақалаларынан табылды.

Нәтижелер

Қазақ тілді БАҚ материалына шолу жасап, талдау жүргізгенде мынадай нәтижелерге қол жеткіздік. Ә дегенде Ковид-19 туралы, оның Қытайдағы Ухань провинциясында пайда болуы, сол жердегі оқу орындары мен өндіріс орындарының т.б. мекемелердің карантинге жабылғаны жайындағы алғаш хабарлама басталған тұста біздің халықта негізінен күмән басым болғаны анық. 2019 жыл аяқталып, 2020 жыл басталған кезде вирус жұқтырғандардың жаппай өлім құшуы туралы мәлімет көбейгенде халықтың дүдәмал күйіне қорқыныш қосылып, үрейге ұласты деуге болады. Күн сайын мессенджерлер арқылы таралған шағын бейнероликтер, орын жетіспеушілігінен ауруханалардың дәліздерінде ауа жетпей қиналып жатқан науқастар, олардың қиналып дыбыстары т.б. аудиовизуалды материалдар жұртшылықтың қорқыныш сезімін қоюлата түсті. Осы тұста бұған дейін вирус туралы ақпаратқа сенер-сенбесін білмей екі ойлы болған халық мамандардың пікіріне құлақаса бастады. Сөйтіп, бетперде тағу, екпе салдыру т.б. сияқты вирустан қорғану шараларын қолдана бастады. Аурулардың бар екені, оның жас-кәрі деп талғамайтыны белгілі болған тұста халық карантин режимін қатаң сақтауға мәжбүр болды. Осылайша 2 жылға жуық уақыт бойы өзіндік ерекше режимде өмір сүруге мәжбүр болған көпшіліктің сөзжұмсамында жаңа ақиқат болмысты сипаттайтын тілдік бірліктер пайда болып, белсенді қолданыла бастады. Оларды шартты түрде 3-ке бөлдік:

1 – медиакеңістікте жаппай таралған ақпаратқа сенбестік танытқан жұртшылықтың дүдәмал күйін сипаттайтын тілдік бірліктер (*күмәнді, жалған ақпарат, вирус жоқ, бәрі бос сөз*);

2 – күмән күшейтіп, сенімділік азая бастаған тұстағы халықтың екіұдайы күйін сипаттайтын тілдік қолданыстар (*«кет!кет!»*);

3 – ресми органдар өкілдері, медициналық мекемелер қызметкерлері, сала мамандары түрлі түсіндірме берген ахуалға халықтың көзі жетіп, түрлі сақтық шараларына баса мән берілген, аурумен күрес шынайы сипат алған тұстағы батыл шешім қабылдаған тұста белсенді қолданылған тілдік бірліктер (*Біз біргеміз! Ұжымдық иммунитет қалыптастырамыз! Бетперде ки! Жақындарыңды сақта!*)

Пандемия кезіндегі тілдік ахуалға прагматлингвистикалық тұрғыдан талдау жасағанда адресант факторы ерекше маңызға ие. Жоғарыда айтылған 3 кезеңге қатысты алсақ, дүдәмал күй кешкен бірінші кезеңде таралған ақпараттың авторы негізінен түрлі арналар болатын. Жалпы ғаламтордан алынған біздің халық атын атап, түсін түстей бермейтін, бөтен (шетелдік) адамдардан естіген мәліметтер көпшілікті сендіре қоймады. Ауру белең ала

бастаған кезде біздің елімізде де өлім-жітім көбейген тұста медиакеңістікте сала мамандары (дәрігерлер, эпидемиологтар, блогерлер, танымал тұлғалар т.б.) белсенділік танытып халықты індетпен күресуге шақырды. Үшінші кезеңде вируспен күресті күшейту шараларын жаппай насихаттау кезеңінде саясаткерлер, қоғам және өнер қайраткерлері, атақты спортшылар және ресми органдар өкілдері арнаға шығып, бұқаралық сипатта үгіт-насихат жүргізіп жаппай екпе жасатуға, оқшаулануға, әлеуметтік арақашықтықты сақтауға, бетперде режимін сақтауға үндеді. Жалпы алғанда карантин кезінде пайда болып, қалыптасқан медиакеңістікте белсенді қолданылған тілдік бірліктердің экстралингвистикалық сипаттамасы осындай болды. Аталмыш кезеңде қалыптасқан ғаламның медиабейнесін барынша толық ашу үшін лингвистикалық талдаулар жүргізілді.

Талқылау

Аталмыш кезеңдерде халық арасында таралған ақпараттың әуел баста көздеген мақсаты біртіндеп орындалды. Ақпараттың бірінші толқыны күмән тудырса, екінші толқынында дәлелдеу, дәйектеу сипатындағы мәліметтер басымдық алды. Прагмалингвистикалық тұрғыдан алғанда, қарапайым адамның айтқанынан гөрі бұқаралық санаға танымал, беделді тұлғалардың дуалы аузынан шыққан сөз тезірек және күштірек ықпал етеді. Бұл ғылыми әдебиетте дәйектеуші модальдылық ұғымына жатқызылады [7]. Сөйтіп медиакеңістікте таралған алуан түрлі ақпаратты іріктеп, халықтың вирус туралы пікірін бір арнаға тоғыстыру үшін мақсатты түрде сендіру тәсілдері белсенді қолданыла бастады. Г.Ж.Матжанова «Іскерлік сөйлеу тіліндегі сендіру категориясының ерекшеліктері (АҚШ-тың іскерлік мәтіндері негізінде)» атты кандидаттық диссертациясында сендіруді бір жағынан, прагмалингвистика тұрғысынан, екінші жағынан, психолингвистика, социолингвистика, когнитивтік лингвистика пәндерімен байланыстырып зерттеуге болады деп санайды [8, 21 б.]. Қандай да бір тұжырымды дәлелдеу үшін нақты дәйектер келтірудің маңызы зор. Медиамәтінде ақиқат пікірдің дәлелденуі үшін қолданылатын дәйектемелер былайша топтастырылады:

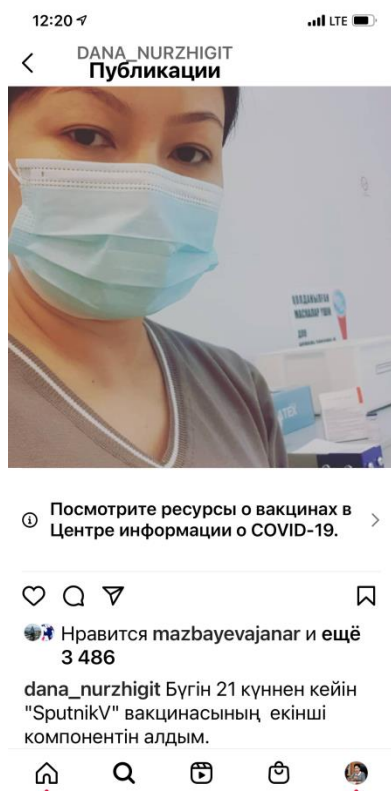
1. Беделді адамдар пікіріне сүйену өз көзқарасын немесе тұжырымын сенімді етіп көрсету үшін автор ұлы тұлғалардың, қоғам қайраткерлерінің, танымал жазушылардың т.б. халық арасында өзіндік орны бар тұлғалардың сөзіне сүйенеді. Бір жағынан мұндай сілтеме орынды көрінгенімен, екінші жағынан ол негізсіз де болуы мүмкін, өйткені бір адам қоғамның барлық салаларында емес, өзі қызмет еткен бөлімінде ғана беделді болуы мүмкін ... Сондықтан белгілі бір қайраткер қолдаған көзқарас ол пікірдің шын мәніндегі ақиқат екендігін көрсете бермейді. Сондай-ақ қоғамда қалыптасқан көзқарасқа, белгілі бір аудиторияның беделіне, қарсы жақтың беделіне, кейде автор өз беделіне де меңзеуі мүмкін. Кейде аса беделді деп танылған тұлғалардың есімдерін сырттай, олардың қатысынсыз пайдаланып, өз пікірін дәйектеуге ұмтылу фактілері де кездеседі [9, 18 б.].

Ақтөбе газетінде жарық көрген «Тәжтажал тағы өршіді, сақ болайық!» атты мақаланың авторы Жұлдыз Қазихан - облыстық маслихат депутаты, демек жергілікті халық арасында беделді тұлға деп санауға негіз бар.

Облыстық маслихат депутаттары қала сыртындағы наркодиспансерде COVID-пен ауырып қалғандардың жағдайын көздерімен көріп қайтты. Дәрігерлердің айтуынша, жағдай біз ойлағаннан анағұрлым қауіпті әрі былтырғыдан қарағанда қиын. Былтырғы жаздағы жайт қайталанбас үшін егде адамдардың денсаулығына көбірек көңіл бөлген жөн. (<https://aqtobegazeti.kz/?p=99257>)

Ал ҚР Парламенті Сенатының депутаты белгілі тележүргізуші Дана Нұржігіттің вирусқа қарсы екпе салдырғаны жөніндегі мәліметі мен фотосын өзінің инстаграм парақшасында жариялауы осы сендіру дәйектемесінің визуалды құралдармен толықтыруына нақты мысал бола алады (*фото ашық интаграм парақшасынан алынған*).

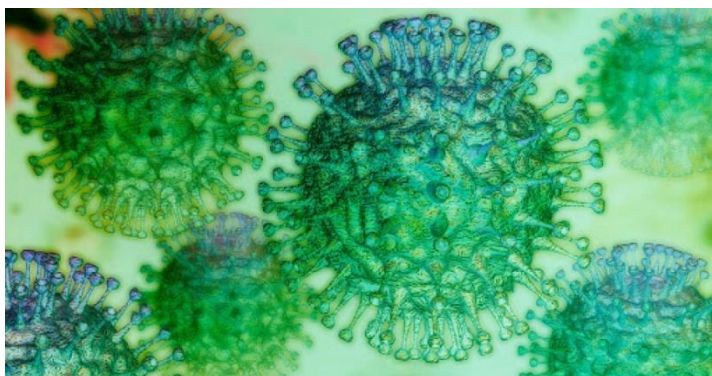
1-сурет. Вирусқа қарсы екпе салдырғаны жөніндегі мәлімет.



2. Білімге сүйену – дәйектеменің білімге негізделген түрі. Білім дегеніміз - болмысты тану нәтижесінде көз жеткізілген, тәжірибеде нақтыланған тұжырым. Оның қоғам өміріндегі рөлі айрықша зор. Білім көмегімен адам қоршаған ортаны өзгерте алады және ықпал етеді.... Белгілі бір саяси қайраткердің біліміне сүйену аудиторияның басым бөлігінің оған сенім артуына себеп болады. Мысалы, бұл тұста мақала авторының өзі көтеріп отырған мәселеге қатысты арнайы ғылыми-зерттеу еңбектерімен танысып, сол салада мойындалып, орныққан пікірлерді келтіруі баяндалып отырған хабарламаның дәлелді екенін, ондағы дәйектемелердің шүбәсіздігін арттыра түсетін тәсіл екендігі сөзсіз [3,198 б.]. Адырна порталында жарияланған «Тәжтажал түгіннен қорқады» деген материалда визуалды құралдар кеңінен

пайдаланған: вирустың фотосы, Денсаулық сақтау министрлігі ұсынған сақтану ережелерінің фотосы. Мақаладағы дәйекті дәлелдемелерді оқыған адресаттың мамандар пікірлеріне, пайымдауларына негізделген нақты шаралардың пайдалы екендігіне амалы қалмайды. Оның үстіне түрлі визуалды құралдардың берілуі ресми сайтта жариялануы ақпараттың растығын нақтылай түседі. Қалай десек те, білімнің өзі - сендіруді күшейтетін бірден бір фактор. (<https://adyrna.kz/post/32288>) (суреттер « Адырна» газетінің сайтынан алынған).

2-сурет. Коронавирустың иллюстрацияланып тараған көрінісі



3-сурет. Коронавирустың алдын алу шараларының жарнамалық түрі



3. Халықтың ғылым-білімнен бөлек ерекше сеніміне ие факторлардың бірі – **дін** екені аян. Құраннан келтірілген үзінділер (аяттар), түрлі дінбасылардың пайғамбар хадистеріне сүйенген дәлелдемелеріне ешқандай шек келтірмей сену - біздің халқымызға тән нәрсе. Пандемия кезінде де көпшіліктің сеніміне ие болған тұлғалар қатарында теолог-ғалымдар ерекше орын алды. Мысалы, теология ғылымдарының докторы Мухитдин Исамен болған сұхбатта халықтың таным көкжиегін кеңейтетін көптеген мәліметтер берілген:

Ал енді хадистерде келді дегенге келсек, өз басым соңғы бағамдауларымда сол айтылған хадистердің уақыты осы заман екендігі көрінеді. Әрине, Алла Тағала – бәрін білуші. Мысалы бір хадисте «Тажалдың кетер алдында жер бетін індет жайлайтын болады. Зілзалалар көбейеді, шегірткелер қаптайды» деп айтылған. (Джалалудин ас-Суюти) (<https://kazislam.kz/tazhtazhal-virusy-talaj-ozgeristing/>)

Теолог-ғалымның айтуынша, бұл індеттің жер әлемді жайлауы тегін емес. Адамдардың Құдайдан қорқып Алланы жиі еске алуына негіз болатын салмақты себептердің бірі. Яғни, бұл ауруды ақырзаман белгілерінің бірі ретінде түсіндіру қоғамдағы түрлі келеңсіздіктің бір себебі адамдардың Жаратушыны ұмытуы, сөйтіп нәпсіге бой алдырғандықтан жер бетінде жаманшылықтың көбейіп отырғаны, өзге дін өкілдерінен шыққан ғұламаларды айрықша құрметтеп, өз ата-бабаларынан шыққан әулиелерді ұмыт қалдыруы дегенге саяды. Яғни, дінтанушы бұл ауыртпалықтың да артында бір жеңілдік болатынын еске салып, халықты өз тамырынан қол үзбей, ілім-білімді өз ата-бабаларымыздың мұрасынан іздеуге үндейді және халықты сабырлы болуға шақырады.

4. Ресми ақпарат көздері арқылы таралған мәліметтерге сүйену: бұл жерде азаматтардың құқығын заң жүзінде қорғауға кепілдік беретін ең жоғарғы құзырлы органдар атынан жарияланатын ақпаратқа халықтың шүбәсіз сенуі дәйектеме ретінде ұсынылады. Бұған мысал ретінде мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың түрлі мәлімдемелері мен саясаткерлер сөздері дәйек бола алады.

Өкінішке қарай, біздің елдегі жағдай да оңай болып тұрған жоқ. Мемлекеттік комиссияның шешімімен 5-ші шілдеден бастап, елімізде 2 апталық мерзімге карантин шаралары енгізілді. Бұл аса қажетті шешім болды. Жағдайдың тұрақтанатыны сөзсіз. Оның алғашқы белгілері де бар. Сондықтан алдағы 2 апта біздің болашақ қадамдарымыз үшін шешуші кезең болмақ. Барлық азаматтарды тағы да карантин ережелерін қатаң сақтауға шақырамын. Індетпен күрестің нәтижелі болуы ең алдымен, барша жұрттың саналы әрекеті мен жауапкершілігіне байланысты. (Егемен Қазақстан, №131, 10.07.2020.)

Сонымен БАҚ – қоғам өмірінің айнасы екеніне тағы бір көз жеткіздік. Одан бөлек медиамәтін бұқаралық санаға әсер етуші түрлі құралдардың еркін және түрлі тәсілдерін қолданылуына өте ыңғайлы платформа деуге болады.

Күнделікті қоғамда болып жатқан жағдайлармен, жаңалықтармен бірге «жылжып» отыратын, онымен «біте қайнасып жататын» БАҚ-тың тілін лингвопрагматикалық тұрғыдан зерделеу бүгінгі өзекті мәселелердің қоғамдық-әлеуметтік сипатын саралауға мүмкіндік береді [10, 107 б.]. Жалпы қоғам дамуында шешуші рөл атқаратын саяси немесе экономикалық жағдайлар көп екені ХХІ ғасырда ерекше байқалды. Мысалы, бұрын циклдық айналым сипатында келіп отыратын экономикалық дағдарыс әлем жұртшылығын абдыратып отыратын аса қиын жағдай сияқты қабылданатын. Ондай дағдарыс кезінде табысынан айрылу, жиған-тергенін бір сәтте жоғалту, көк тиынсыз қалу, банкрот болу сияқты келеңсіз жағдайлар адамды

тығырыққа тірейтін коллапс ретінде танылатын. Ал соғыс пен індет жайлаған қоғамда адамдар «жанқайғы» күйге түсетініне тағы бір көз жеткіздік. Алайда «жұт – жеті ағайынды» деген халық басына түскен әрбір қиындықтан сабақ алып, оған сабыр етіп жағдайға бейімделудің маңыздырақ екенін түсінді. Соған сәйкес қалыптасқан жағдаяттан шығудың түрлі жолдарын қарастырып, барынша залал-зардапсыз әрекет етуге икемделе білетінін көрсетті. Бұған мысал ретінде қазақ қоғамының ажырамас бір бөлігін құрайтын әлеуметтік қатынастың бір формасы - тойлардың өткізілуіне қатысты орын алған өзгерістерді атауға болады. Бұл туралы зерттуші Динара Абильтенованың «Covid-19 кезеңіндегі қазақтың үйлену тойы мен оның қазақстандық БАҚ-тағы репрезентациясы» атты мақаласында жан-жақты баяндалған болатын [11, 80-88 бб.].

Пандемия кезінде алғаш пайда болып сөздік қорымызға енген 2020-2022 жылдары медиакеңістікте белсенді қолданылған тілдік бірліктерден жиналған мысалдарға лингвистикалық сипаттама берейік:

а) пандемия кезінде кең қолданыста болған құралдардың атауы: *бетперде, қолғап, резеңке перчатка* («Жас Алаш», №1, 28 сәуір 2020, 3-бет); *Гидрохлорхин* (Бұған дейін ол гидрохлорхиннің арқасында өзін жақсы сезінетінін мәлімдеген еді. «Егемен Қазақстан», №137, 20 шілде 2020, 5-бет); *Антивирустық санитайзер* (Олар ондаған түрлі химреактивті сынап, антивирустық санитайзерлердің әртүрлі дезинфекциялық құрамдарын жасады,...) «Егемен Қазақстан», №69, 10 сәуір 2020, 2-бет); *Антисептик* (Дәріханаларда бетперде мен антисептикке сұраныс артты. «Егемен Қазақстан», №73, 16 сәуір 2020, 3-бет); *Тепловизор* (Тепловизор жоқ «Індетке дайындық қандай деңгейде? «Жас Алаш», №7, 4 ақпан 2020, 3-бет).

ә) құжат атаулары: *Вакцина паспорты* («Жас Алаш», №62, 3 тамыз 2021, 2-бет); *Экспресс-тестілеу* (Оңтүстік Корея карантиннің орнына экспресс-тестілеу жүргізген. «Егемен Қазақстан», №81, 28 сәуір 2020, 7-бет); *меданықтама*.

б) медициналық препарат, аппараттың атаулары: *ИВЛ, ПЦР, Вакцина* («Жас Алаш», №64, 11 тамыз 2020, 2-бет).

в) ауру аттары (диагноз): *пневмония, тәжтажал, ковид-19, кәсіптік ауру* («Жас Алаш», №47, 16 маусым 2020, 3 - бет)

г) қоғамдық тәртіп режимі: *Маскалық режим* («Жас Алаш», №27, 8 сәуір 2021, 2-бет); *Карантин режимі* («Жас Алаш», №23, 2 сәуір 2020, 5-бет); *Локдаун* (Бұл потенциалды локдаунды бір айға шегеруге мүмкіндік берді. «Егемен Қазақстан», №173, 11 қыркүйек 2020, 3-бет); *Эпидемиологиялық жағдай* (Жас Алаш №61, 30 шілде 2020, 1-бет); *Үй карантині* («Жас Алаш» №27, 16 сәуір 2020, 2-бет); *Пандемия* («Жас Алаш» №30, 2020, 2-бет); *Карантиндік шектеулер* («Жас Алаш» №45, 9 маусым 2020, 3-бет); *Карантиндік стационар* («Жас Алаш» №27, 16 сәуір 2020, 2-бет); *Провизорлық стационар* («Жас Алаш» №27, 16 сәуір 2020, 2 -бет).

д) медициналық профилактикалық шаралар: *Вакцинациялау* (Вакцинациялау инфекциялық аурулардан қорғанудың тиімді тәсілі болып отыр, «Егемен Қазақстан» №109, 8 маусым 2020, 5-бет); *Дезинфекциялау*

(«Жас Алаш» №21, 25 наурыз 2020, 5 -бет); Иммунодау (Халықты коронавируc инфекциясына қарсы иммунодау үшін вакцина өндіруге және сатып алуға, түрлі топтағы 3,6 млн адамды вакциналауға Үкімет резервінен 47 млрд теңге қажет. «Егемен Қазақстан» №73, 11 қыркүйек 2020,1-бет).

е) індет салдарынан ақпараттық ортаның ластануына байланысты туындаған атаулар: *Инфодемия (Яғни, төтенше жағдай ақпараттық қауіпсіздік мәселесінің өзектілігін, инфодемияның салдары қаншалықты ауыр болуы мүмкін екенін көрсетті. «Егемен Қазақстан» №73, 16 сәуір 2020, 3 - бет).*

ж) вирусқа қатысты шараларды мойындамайтын топ өкілдері: *Антиваксерлер («Жас Алаш» №62, 3 тамыз 2021, 2- бет).*

з) сөздік қорымызда бұрыннан бар, бірақ пандемия кезінде ерекше жиі қолданылған терминдер: *Конспирология (Алайда конспирологияға сенетіндер бұған мән берген жоқ. «Егемен Қазақстан» №60, 30 наурыз 2020, 5- бет); Биологиялық қару («Жас Алаш» №6,30 қаңтар 2020, 3- бет); Санитарлық норма («Жас Алаш» №31, 28 сәуір 2020, 3- бет); Ұжымдық иммунитет («Жас Алаш» №62, 3 тамыз 2021, 2- бет); Обструктивтік ауру (Өкпенің созылмалы обструктивтік ауру мен insult сияқты басқа да инфекциялар таралуы. «Егемен Қазақстан» №136, 17 шілде 2020, 1-бет).*

Қорытынды

Сонымен, тіл қай заманда да адамдар арасындағы негізгі қарым-қатынас құралы болып қала береді. Белгілі бір тарихи кезеңде орын алған саяси, экономикалық, мәдени, медициналық жағдайларға орай қалыптасатын тілдік ахуалды таныту үшін қоғам мүшелері сан түрлі сөйленімдерді ойлап табады және қалыптастырады. Ол үшін ең алдымен, өз ана тіліміздің сөздік қоры пайдаланылса, келесі кезекте көршілес мемлекеттердің тілінен сөздер алынады. Сипатталатын зат, құбылыс, әрекет атауына тілімізде балама болмаған жағдайда шетел тілдерінен сөз алуға басымдық беріледі. Жоғарыда келтірілген мысалдардың көпшілігі осындай кірме сөздер екенін көрдік. Бұл стихиялық түрде жүзеге асырылатын, қадағалау мүмкін емес жағдай болғандықтан, оған оң немесе теріс деп баға беру қиын. Бұл жерде тіл ресми және бейресми қарым-қатынастағы коммуникациялық құрал ретіндегі қызметін атқарады. Біз де пандемия кезінде медиакеністікте кеңінен қолданылған тілдік бірліктерге шолу жасап, экстралингвистикалық факторларға байланысты прагматикалық талдау жасадық. Олардың ел тарихындағы белгілі бір ауыр кезеңді сипаттайтын тілдік бірлік ретінде тарихта қалатыны сөзсіз. Маңыздысы – кез келген жағдайдың қиындық болсын, жамандық атаулының бір аяқталатыны халқымыздың әрбір жағдайға сынақ ретінде қарап, сабырлылық танытуы және келер күнге үлкен үмітпен қарауы. Пандемиядан алған сабақ ретінде мынадай жайттарды атап өтуге болар еді: біріншіден, адамзаттың игілігі – білім алу, ілім үйрену тоқтаған жоқ, адамдар үйде отырып-ақ ғаламтор мүмкіндігін барынша тиімді пайдаланып, кәсіби шеберлігін арттыруға, білімін толықтыруға ұмтылды және сатылап өсу жолын тапты; 2-ден, жұртшылық кәсібін онлайн форматқа ауыстырып, жаңа

табыс көзін жасай білді; 3-ден, бұрын-соңды бір саланы ғана меңгерген кісілер ізденіп, тұлға ретінде дамып, жаңа мамандықтарды игерді; 4-ден, білім беру саласына көптеген инновациялық технологиялар енгізіліп, жаңаша сапаға ие болды; 5-ден, әлемнің кез келген жерінде отырып түрлі бас қосулар ұйымдастыруға мүмкіндік жасалды және адамдар оны тиімді пайдалануды үйренді. Қорыта айтқанда, тіл – қоғам өміріндегі негізгі қарым-қатынас құралы болса, медиакеңістік оның алуан түрлі қолданысын көрсететін айна іспеттес. Осы функция электронды БАҚ-қа қатысты алғанда өзектеле түседі. Қоғам өмірінде үздіксіз болып жататын кез келген өзгеріс тілде көрініс тапса, медиамәтінде қатталады, сараланады, сұрыпталады. Сөйтіп я сөздік қорда орнығады, я өткінші құбылыс ретінде ұмытылады. Алайда тілдік ұжымның жадында сақталады. Осылайша тілдік бірліктер өзінің куммулятивтік қызметін атқарады. Медиамәтінге талдау жасағанда халық өмірінің бір кезеңін ғана емес, арғы-бергі тарихынан толыққанды ақпарат беретін дерек бола алатынын көреміз. Сондықтан кез келген медиамәтінді заман ағымына сай халық тынысын аңдататын, даму бағытын, беталысын аңғартатын индикатор ретінде қарастырудың маңызы зор.

ӘДЕБИЕТ

[1] Солганик Г.Я. Современная языковая ситуация и тенденции развития русского литературного языка // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. –№ 5. – С. 122-134.

[2] Вещикова И.А. Медиаречь в координатах функциональной стилистики // Актуальные проблемы стилистики. –2020. –№ 6. –С. 41-49.

[3] Есенова Қ.Ө. Қазіргі қазақ медиа-мәтіннің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде). – Алматы, 2007. – 450 б.

[4] Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления / Т.Г. Добросклонская. –М.: «КДУ», «Добросвет», 2020. –178 с.

[5] Сайт Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан [Электрондық ресурс] –Режим доступа: <https://www.election.gov.kz/rus/sved-o-razm-opl/pech-smi.php> - (қаралған күні: 25.09.22).

[6] Журавлева Е.А., Самсенова Г.С. Тенденции развития современной медиаречи и их отражение в казахстанских сетевых изданиях // Известия КазУМОиМЯ имени Абылай хана. Серия “Филологические науки”. – № 4 (67). –2022. –С. 4-5.

[7] Грушевская Т.М. Газетный политический дискурс. Дисс. ...докт. наук. – Краснодар, 2002. – 225 б.

[8] Матжанова Г.Ж. Искерлік сөйлеу тіліндегі сендіру категориясының ерекшеліктері (АҚШ-тың іскерлік мәтіндері негізінде). Филол. ғылым. канд...дисс. –2006. –120 б.

[9] Краткий словарь по логике. –М., 1991. –С. 207.

[10] Жолшаева М., Жанабекова А. Covid-19 пандемиясының қазақ медиамәтіндегі көрінісінің лингвопрагматикасы // Қазақстан және Covid-19: медиа, мәдениет, саясат. – Алматы, 2021.

[11] Абильтенова Д. Covid-19 кезеңіндегі қазақтың үйлену тойы мен оның қазақстандық БАҚ-тағы репрезентациясы // Қазақстан және Covid-19: медиа, мәдениет, саясат. – Алматы, 2021.

REFERENCES

[1] Solganik G.YA. Sovremennaya yazykovaya situaciya i tendencii razvitiya russkogo literaturnogo yazyka (The Modern Language Situation and Trends in the Development of the

Russian Literary Language) .Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: ZHurnalistika. 2010. No 5. P. 122-134. [In Rus.]

[2] Veshchikova I.A. Mediarech' v koordinatah funkcional'noj stilistiki (Media speech in the coordinates of functional stylistics) .Aktual'nye problemy stilistiki. 2020. No 6. P. 41-49. [In Rus.]

[3] Esenova K.Θ. Қазирги қазақ media-мәтіннің прагматикасы (Pragmatics of modern Kazakh media text) (қазақ баспасөз материалдары негізінде). Almaty, 2007. 450 p. [in Kaz.]

[4] Dobrosklonskaya T.G. Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya (Media linguistics: theory, methods, directions) / T.G. Dobrosklonskaya. M., «KDU», «Dobrosvet», 2020. 178 p. [In Rus.]

[5] Sajt Ministerstva informacii i obshchestvennogo razvitiya Respubliki Kazahstan [Elektronдық resurs] –Rezhim dostupa: <https://www.election.gov.kz/rus/sved-o-razm-opl/pech-smi.php> - (қаралған күні: 25.09.22). [in Kaz.]

[6] ZHuravleva E.A., Samsenova G.S. Tendencii razvitiya sovremennoj mediarechi i ih otrazhenie v kazakhstanskih setevykh izdaniyah (Trends in the development of modern media speech and their reflection in Kazakhstani online publications) . Izvestiya KazUMOiMYA imeni Abylay hana seriya “Filologicheskie nauki”. № 4 (67). 2022. P. 4-5. [In Rus.]

[7] Grushevskaya T.M. Gazetnyj politicheskij diskurs (Newspaper political discourse). Diss. dokt. nauk. Krasnodar, 2002. 225 p. [In Rus.]

[8] Matzhanova G.ZH. Iskerlik seyleu tilindegi sendiru kategoriyasynuң erekshelikteri (Features of the category of persuasion in business speech) (АҚШ-тың iskerlik мәтіндері негізінде). Filol. ғылым. kand...diss.2006, 120 p. [in Kaz.]

[9] Kratkij slovar' po logike (Concise Dictionary of Logic). M., 1991. P. 207. [In Rus.]

[10] ZHolshaeva M., ZHanabekova A. Covid-19 pandemiyasynuң қазақ mediamәтіндегі көрінісінің lingvopragmatikasy (Linguopragmatics of the presentation of the Covid-19 pandemic in the Kazakh media text). Қазақстан zhәne Covid-19: media, мәдениет, sayasat. Almaty, 2021. [in Kaz.]

[11] Abil'denova D. Covid-19 kezеңіндегі қазақтуң үjlenu тоj мен онуң қазақстандық БАҚ-тағы representaciyasy (Kazakh wedding in the period of Covid-19 and its representation in the Kazakh media) .Қазақстан zhәne Covid-19: media, мәдениет, sayasat. Almaty, 2021. [in Kaz.]

МЕДИАДИСКУРС В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: СТРУКТУРЫ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ

*Есенова К.У.¹, Курманалиев К. А.², Балтабаева Ж. К.³

¹доктор филологических наук, профессор Казахского национального педагогического университета имени Абая, Алматы, Казахстан,

e-mail: kalbike_65@mail.ru,

²доктор филологических наук, профессор, академик НАН РК, Алматы, Казахстан,

e-mail: kareke09@mail.ru,

³доктор педагогических наук, профессор Казахского национального педагогического университета имени Абая, Алматы, Казахстан,

e-mail: baltabaevazhanalik@mail.ru

Аннотация. Статья, направленная на выявление активно входящих в обиход словообразовательных конструкций, путем частотного анализа регулярно встречающихся в средствах массовой информации Казахстана и уже ставших общеупотребительными новых слов, связанных с пандемией, написана на основе научного проекта на тему «Языковой

контент казахского общества: изменения и обновления (во время пандемии; 2020-2022 г.г.) ИРН АР14870178 (Государственный регистрационный номер 0122РК00597).

Статья основана на исследованиях речевых конструкций, встречающихся в языке электронных СМИ, на исследовании психологической атмосферы казахского общества на материале интернет программ и интервью на различные темы, ее выражения в языке, на определении главной тематики, выявлении причин, особенностей медиатекстов в период пандемии, описании факторов адресанта, адресата.

Известно, что начавшийся в 2019 году в Китае и распространившийся по всему миру вирус, известный под названием «Ковид-19», перерос в пандемию. В любом случае вся мировая общественность была вынуждена совместно искать выход из сложившейся ситуации, проявить единство и выполнять различные требования, приспосабливаться к ситуации. Таким образом, изменения привычного уклада жизни нашли отражение в речи. В статье влияние, которое оказал «Ковид-19» на казахский язык, проанализировано на основе конкретных примеров. Были собраны появившиеся и активно употреблявшиеся в этот переходный период различные языковые единицы, сгруппированы и дифференцированы по составу, по цели высказывания и по тематике. Положительное или отрицательное влияние новых слов на общественное сознание, сложности в их восприятии и понимании слушателями, роль средств массовой информации в закреплении новых слов в лексическом фонде языка, особенности речи отдельных лиц позволили признать этот период важным в развитии языка. Хотя в постпандемический период эти слова используются не так активно, нет сомнений в том, что они прочно закрепились в словарном фонде языка как языковые единицы, которые предоставляют информацию о прошлой политической ситуации. В любом случае они заняли место в истории как лингвистический факт, как факт, свидетельствующий о специфике языка XXI века. Таким образом, предметом нашего исследования стали медицинские термины, заимствования, обусловившие существенные изменения лексического фонда языка, и их эквиваленты в казахском языке. Мы считаем, что этот языковой материал должен получить оценку с точки зрения социальных, прагматических и психологических аспектов языка.

Ключевые слова: медиатекст, новости, речь, названия болезней, медицинский препарат, аппарат, ковид, вирус, пандемия, ограничение, прагматика, категория убеждения, медиаречь, публикация, язык СМИ, медиaprостранство, изменение стиля, языковое выражение, словообразовательные конструкции

MEDIADISCOURSE IN THE PANDEMIC PERIOD: WORD FORMATION STRUCTURES

*Yessenova K.U.¹, Kurmanaliev K.A.², Baltabaeva ZH.K.³

^{*1}Doctor of Philology, Professor of the Kazakh National Pedagogical University named after Abay, Almaty, Kazakhstan,
e-mail: kalbike_65@mail.ru,

²Doctor of Philology, Professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, Almaty, Kazakhstan,
e-mail: kareke09@mail.ru,

³Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan,
e-mail: baltabaevazhanalik@mail.ru

Abstract. This article is dedicated to the results of the research project "Language content of the Kazakh society: changes and updates (during a pandemic; 2020-2022)" funded by the Ministry of Science of the Republic of Kazakhstan. It is also based on the study of the speech structure highlighted in the language of electronic media, the study of the psychological climate

of Kazakh society, its language picture in interviews, programs conducted on various topics from the Internet, to identify the main topics of those times and clarify the causes, the peculiarities of media culture during the pandemic, the factors of the addresser, addressee.

It is known that the quarantine, known as "Covid-19", which took place in China in 2019 and then spread around the world, became a pandemic. In any case, the whole world public was forced to find a way out of this difficult situation together, show unity and fulfill various new requirements, that is, adapt to the situation. That is, the change in the habitual life of people was also reflected in their language. The article analyzes the impact of "Covid-19" on the language, the use of words on specific examples. As a language specialist, we aimed at gathering various linguistic units that appeared and were actively used during that transitional period, grouped and differentiated them according to their composition, the purpose of the utterance, and topic. Also, the positive or negative impact of new words on public consciousness, obstacles in their perception and understanding by listeners, the role of the media in fixing these new word usages in the vocabulary, and the speech characteristics of individuals were recognized as one of the important stages in the development of speech. Although these words are not actively used in the post-pandemic period, they certainly have a place in the vocabulary as language units that provide information about the political situation experienced by the population. In any case, it takes place in history as a linguistic information or fact that shows a peculiarity of language use in the 21st century. Therefore, our study is based on medical terms, their equivalents in the Kazakh language, which have made significant changes to the vocabulary through borrowings. We recognize these as language materials that should be evaluated from the social, pragmatic, and psychological point of view of the language use.

Keywords: media text, news, speech, names of diseases, medical drug, device, covid, virus, pandemic, limitation, pragmatics, category of persuasion, media speech, publication, media language, media space, stylistic change, language expression, word formation structures.

Статья поступила 10.01.2023