

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

**ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ**

Филологиялық серия
1997 жылдан бастап шығады



**ВЕСТНИК
ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТА**

Филологическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-3528

№3 (2023)

Павлодар

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ТОРАЙГЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА**

Филологическая серия

выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

О постановке на переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания

№ KZ30VPY00029268

выдано

Министерством информации и общественного развития
Республики Казахстан

Тематическая направленность

публикация материалов в области филологии

Подписной индекс – 76132

<https://doi.org/10.48081/GLPR6468>

Бас редакторы – главный редактор

Жусупов Н. К.

д.ф.н., профессор

Заместитель главного редактора

Анесова А. Ж., *доктор PhD*

Ответственный секретарь

Уайханова М. А., *доктор PhD*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Дементьев В. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Еспенбетов А. С., *д.ф.н., профессор*

Трушев А. К., *д.ф.н., профессор*

Маслова В. А., *д.ф.н., профессор (Белоруссия)*

Пименова М. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Баратова М. Н., *д.ф.н., профессор*

Аймухамбет Ж. А., *д.ф.н., профессор*

Шапауов Ә. Қ., *к.ф.н., профессор*

Шокубаева З. Ж., *технический редактор*

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

<https://doi.org/10.48081/FDEO3865>

***К. С. Кобландина¹, Қ. Ө. Есенова², Ә. П. Шаһарман³**

^{1,2}Абай ағындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.;

³Торайгыров университеті, Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.

*e-mail: koblandina.karlygash@mail.ru

ЭТНИКАЛЫҚ СТЕРЕОТИПТЕР МЕН ПЕРИФРАЗАЛАР: МЕДИА КЕҢІСТІКТЕГІ ҚОЛДАНЫСЫ

Мақала қазіргі медиамәтінде кездесетін перифразалардың ұлттық санада орныққан стереотиптермен байланысын анықтауға арналған. Қазіргі әсекелеген авторлардың халық ауыз әдебиеті шығармаларының желісімен, атап айтқанда, ертегілер мен мақал-мәтелдер негізінде жасаған тілдік қолданыстарының оқырман санасында қабылдану тетіктері анықталады және теориялық тұрғыдан негізделеді. Халық танымында бұрыннан бар сөздер мен тіркестерді перифразалап қолдану оларды жаңаша қырынан түсіну бастапқы атаудың, түрткі сөздің, стимул сыртқы формалық ұқсастығына және семантикалық ерекшеліктеріне сүйене отырып жүзеге асатыны көрсетіледі.

Авторлар заманауи медиакеңістікте қолданылатын перифразаларға лексика-семантикалық сипаттама беріп, олардың тілдік ұжым санасында алатын орнын, қабылдану деңгейін, түсінілу ерекшеліктерін, бұрыннан белгілі, бастапқы атауларға оларды жаңаша контексте жұмсау арқылы қосылған үстеме мәннің оқырман қауымға тигізетін әсерін, сөздің суггестиялық әлеуеті мен сөзжұмсамдағы нұсқаларын, олардың қатысуымен жасалған мақал-мәтелдерді, тұрақты тіркестерді прагмалингвистикалық қырынан талдауды мақсат еткен. Осы мақсатқа жету үшін лексика-семантикалық талдау, фоностилистикалық, прагмалингвистикалық талдау әдістері пайдаланылған. Қазіргі медиакеңістікте жарияланатын ақпараттың басым бөлігі, әсіресе аналитикалық медиамәтіндерге арқау болатын тақырыптарды ашуда, қоғамда орын алып жатқан түрлі келеңсіздіктерді сипаттап, талдау

барысында журналистер сөз саптауында осындай ұлттық санада орныққан стереотиптерді сан түрлі ыңғайда перифразалап қолдануға бейім келетіні байқалады.

Кілтті сөздер: медиа мәтін, перифраза, стереотип, ертегі, мақал-мәтел, сөздің суггестиялық әлеуеті, теріс мәнді бағалау, сыбайлас жемқорлық, тоқпақ.

Кіріспе

Өткен ғасырдағы лингвистикалық зерттеулерде тіл, ең алдымен, қоғам өмірінде маңызды рөл атқаратын қарым-қатынас құралы ретінде қарастырылған болатын. Сөйтіп тілдік бірліктер, негізінен, мағыналық және сөзжасамдық қырынан зерттеу нысанына алынатын. Ал соңғы ширек ғасыр көлемінде тілтану саласында зерттеушілер тілдің ақпаратты хабарлау қызметінен бөлек, тыңдаушыға әсер ету, мәлімет сақтағыштық, яғни кумулятивтік қызметіне назар аудара бастады. Басқаша айтқанда, уақыт ағымына сәйкес қолданыстан шығып қалған көптеген заттар мен құбылыстарға қатысты ақпаратты олардың тілде сақталып қалған атауларынан, сол атаулардың қатысуымен жасалған тұрақты тілдік бірліктерден білеміз. Осымен байланысты, кез келген тілдік хабарламада кездесетін түрлі атаулардың семантикалық шеңберін, қолданыс аясын автордың *прагматикалық түпкі ниетімен* тығыз байланыста қарастырудың маңызы зор. Себебі, белгілі бір тарихи кезеңде тіл бірлігі атау болған зат немесе құбылыс уақыт өте келе қолданыстан шығуы, тіпті мағынасы көнеріп, ұмытылуы мүмкін. Оның орнын заман талабына сай жаңа зат, нәрсе басуы ықтимал. Осылайша, қоғам өмірінде орын алған күллі жаңалық, жақсы немесе жаман, жағымды немесе жағымсыз екендігіне қарамастан, тілде бейнеленеді. Сондықтан тіл жүйесі көптеген факторлардың: саясат, экономика, заң, ғылым, БАҚ, әдебиет, мәдениет, тіпті өнердегі түрлі бағыттардың әсерінен сан алуан өзгерістерге ұшырайды. Аталған салаларда пайда болған жаңа сөздер мен тіркестердің қолданылу ерекшелігіне қатысты мәселе қашанда лингвистердің қызығушылығын тудырады. Әсіресе жаһандану кезеңінде қарқынды дамып жатқан ғылым-білім саласындағы жетістіктерге, ел өміріндегі саяси, экономикалық реформаларға, тіпті күннен күнге айқын сезіліп келе жатқан әлеуметтік теңсіздік көріністеріне ғаламтор желісінде түрліше сипаттама берілетін мәтіндердегі сөз өрнектерін зерттеу, оларға аксиологиялық тұрғыдан лайықты бағасын беру мәселесі тіл ғылымында айрықша *өзектілікке* ие. Осымен байланысты, қазіргі медиа кеңістікте жиі көтеріліп жүрген өзекті тақырыптардың бірі сыбайлас жемқорлыққа арналған мәтіндерге шолу жасап, оларда кездесетін ұлттық санада *стереотип*

деңгейіне жеткен атауларға негізделген *перифразалардың* қолданыстық ерекшеліктеріне тоқталмақпыз.

Материалдар мен әдістер

Медиа кеңістік тілдің бүкіл сөздік құрамы алуан түрлі тәсілдермен жұмсалатын, ондағы атаулардың семантикалық шеңбері барынша кеңінен пайдаланылатын алаң болып саналады. Социум санасында стереотип ретінде орныққан кез келген ұғымның ұлттық таныммен тікелей сабақтастықта болатыны мәлім. Сондықтан бұқаралық ақпарат құралдарында осындай халық танымына негізделген перифразаларды қолдану арқылы авторлар өздерінің түпкәі прагматикалық ниетіне жетуді көздейді. Осыған сәйкес, мақалада тәуелсіздік кезеңіндегі медиа кеңістікті зерттеген ғалымдардың ғылыми еңбектері және түрлі ақпарат көздерінен жиналған, ұлттық санада стереотиптелген перифразалардың қолданысына нақты мысал бола алатын фактілік материал пайдаланылды. Зерттеу нысанына қазіргі медиа мәтінде қолданылатын стереотиптер мен перифразалардың сабақтастығы алынды.

Зерттеуде қазақ медиа кеңістігінде кездесетін ұлттық санада стереотиптелген перифразалардың жұмсалымдық ерекшеліктерін зерделеу мақсаты қойылды. Осы мақсатқа сәйкес, ғылыми әдебиетке шолу жасауда сипаттама әдісі, стереотиптерді талдау барысында лингвопрагматикалық әдіс, мәтінді лингвистикалық талдау, синтездеу және қорыту әдістері қолданылды.

Нәтижелер мен талқылау

Ғылыми әдебиетте *стереотип* ұғымына түрліше анықтама берілген. Солардың дені *стереотип* дүниенің концептуалды бейнесінің жекелеген көріністері, менталды бейнесі, заттар мен құбылыстарға қатысты қалыптасқан көзқарас, тұрақты пайым дегенге саяды. Стереотип ұғымын алғаш зерттеген У.Липпман әрбір адамның санасында ақиқат дүниені тану барысында сол болмыстың бейнесі қалыптасады, соның ішінде адам бұрын соңды естімеген, білмеген ақпаратқа ерекше мән беру арқылы танылатын дүниені жадында сақтап қалады. Кез келген адам әр нәрсенің бірегейлігіне, ерекшелігіне назар аударуға бейім келеді. Сол белгісі арқылы танылған дүние туралы түсінік санада орын алады және ұзағырақ сақталады, сөйтіп бара-бара стереотипке айналады. Олар осындай тұрақтылығының арқасында бір ұрпақтан келер ұрпаққа жалғасып, кейін стереотип күйінде емес, тіпті сол ақиқат болмыстың шынайы дерегі, дәйектеуші мәліметі ретінде ұғыныла бастайды деп түсіндіреді [1]. Стереотипті тудырушы да, таратушы да – қоғамдық қатынастар. Ғалымның пікірінше, стереотиптер жүйесі біздің жеке дәстүріміздің бастама тетігі секілді қоғамнан алған өзіндік орнымыз бен мәртебемізді сақтайды, сондай-ақ әлем туралы таным-түсініктерді тұрақтандыруға негіз болады [1, 125 б.].

Стереотип салааралық термин, яғни бірнеше ғылым саласында қолданылатын менталды бірлік, жалпы таным моделі болғандықтан, оған лингвистер, психологтар, социологтар, мәдениеттанушылар назар аударып, әртүрлі анықтама берген, алайда жалпылама сипаттамасын жасауға негіз болатын іргетасы – оның ақиқат болмысты, қоршаған ортаны тануға қызмет ететін мүмкіндігі. Біздің зерттеуімізге қатысты алғанда дүниенің тілдік бейнесін жасауға қатысу дәрежесі және тілдік ұжымдағы қабылдану ерекшеліктері. Ресей ғалымы Ю.А.Сорокиннің пікірінше, *тілдік стереотиптер* белгілі бір зат не құбылыс туралы таптаурын болған, кеңінен танылған ұғым ғана емес, сонымен бірге оның тілдік жүйедегі көрінісі, яғни тұрақты теңеу, тұрақты тіркес, тұрақты перифразалар [2, 134 б.]. Бұған мысал ретінде қоғамның саяси және экономикалық дамуына орай тәуелсіздік кезеңінде қалыптасқан *жаңа қазақ* («новый русский» үлгісімен) – байыған қазақ, *шала қазақ/ мәңгүрт қазақ* – ана тілін білмейтін немесе жетік сөйлей алмайтын қазақ, *орысқұл/ орысбай қазақ* – өмірге көзқарасы мен мінез-құлқында орысшылдық ұстанымы басым қазақ, *арабқұл қазақ* – діни ұстанымында, көзқарасы мен мінез-құлқында, киім киісінде араб халқына еліктеуге бейім қазақ, *тойшыл қазақ* – көп уақытын Инстаграм әлеуметтік желісін қызықтаумен өткізетін қазақтар, *ойшыл қазақ* – Фейсбукта тұрақты отыратын қазақтар, *қаңғырған қазақ* – баспанасыз, үйсіз-күйсіз жүрген қазақ дегенді білдіретін тіркестерді, яғни белсенді қолданылу нәтижесінде ұжымдық санада таптаурынға, тілдік стереотипке айналған тұрақты қолданыстарды келтіруге болады.

Қазақ ғалымы Ә.С.Әлметова стереотиптерді *әлеуметтік, этникалық, мәдени, ділдік, тілдік стереотиптер, қарым-қатынас және мінез-құлық стереотиптері* деп бөліп, олардың әрбіріне берілген анықтамалар негізінде сипаттаған. Тілдік стереотиптердің адамның белгілі бір тілді меңгеру деңгейіне қарай түрліше айқындалатындығын жоғары оқу орнының қазақ және орыс бөлімінде оқитын студенттерге эксперимент жүргізу арқылы дәлелдеген [3].

Қазақ мерзімді баспасөзіндегі стереотиптерді диссертациялық деңгейде арнайы қарастырған Г.О.Сейдалиеваның еңбегінде стереотиптердің сан алуан түрі жан-жақты талданған. Мысалы, белгілі бір этникалық топтың (ұлт, халық) өз ішіндегі өздері туралы танымдары, пікірлері, бағасы, сыни көзқарасы *автостереотип* болса, бір ұлт туралы өзге халықтардың таным-түсінігі, әдетте, ұлттық таным мен қабылдау ерекшеліктерінен туындайтын нәтижеден *гетеростереотип* қалыптасады екен [4].

Жеке тәжірибе мен қоғамда қабылданған жалпылау нәтижесі ретіндегі ақпараттың жетіспеушілігі жағдайында қалыптасатын әлеуметтік топ, адам, оқиға, құбылыстың салыстырмалы түрде тұрақты және қарапайым

бейнесі *алеуметтік стереотипті* құраса, адамның немесе ұлттың табиғи болмысын, құлықтарын, жүріс-тұрысын, сөйлеу мәнері мен дене бітіміндегі ерекшеліктерін байқататын үйреншікті қылығының санада терең сақталуы *мінез-құлық стереотипін* білдіреді [4].

Біз бір ұлттың болмысына, таным түсінігіне, дүниетанымына ортақ қолданыстардың, яғни *ұлттық санада стереотиптелген ұғымдардың* перифразалану құбылысына, когнитивтік санамызда орныққан құндылықтардың тілдік санада бұрмалану жолдарына, ұлттық құндылықтарымыздың құнсыздану үрдісіне назар аударамыз.

Белгілі бір этнос туралы, оның менталитеті мен стандартты әрекеттері, мінез-құлқы, тұрмыс-тіршілігі туралы басқа ұлттардың сырттай берген бағасы негізінде қалыптасқан *гетеростереотиптер* мен сол ұлттың өзі туралы өз танымында, өзіне берген жеке бағасына сәйкес тұрақтанған таным-түсініктерінің көрінісі болып табылатын *автостереотиптер* ғылыми әдебиетте *этностереотип* деген бір термин шеңберінде таңбаланады. Қазіргі медиакеңістікте жарияланатын ақпараттың басым бөлігі, әсіресе аналитикалық медиамәтіндерге арқау болатын тақырыптарды ашуда, қоғамда орын алып жатқан түрлі келеңсіздіктерді сипаттап, талдау барысында журналистер сөз саптауында осындай *этностереотиптерді перифразалап* қолдануға бейім келетіні байқалады. Неге десеңіз, бұл жерде көтерілген бір өзекті мәселеге қатысты бүкіл мәліметті келтіріп, бүге-шігесіне дейін жазып отырмай-ақ халықтың санасында бұрыннан бар, көпшілікке етене таныс кейіпкерлердің есімдерін немесе заттардың атауын ғана пайдалану арқылы соған қатысты көптеген ұғымдарды меңзеуге болатындығы. Яғни мәтінді барынша ықшамдап, бірақ оның қоғамдық санаға тигізетін әсерін барынша күшейтудің тиімді бір тәсілі – тілдік ұжым санасында орныққан стереотиптерді өзгертіп, түрлендіріп жұмсауды меңгерудің берері көп екен. Мұны тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйіні ретінде сан ғасырлар бойы жасалып, тіліміздің паремиологиялық қорында сақталып қойған көптеген мақал-мәтелдерді перифразалау арқылы журналист өзінің түпкі ойын мейлінше дөп жеткізе алатындығынан көреміз. Осымен байланысты, қазақ қоғамында қалыптасқан қанша стереотип болса, соның барлығы медиа кеңістікте көрініс табады, тіпті солардың басым бөлігінің қалыптасуына және ұжымдық санада орнығуына осы журналистер себепші болған деген тұжырым жасауға болады. Осы айтылған ойлар негізінде қазіргі қазақ медиа кеңістігінде кеңінен талқыланып жүрген сыбайлас жемқорлық тақырыбына арналған мақалалардан жиналған мысалдарға кеңірек тоқталамыз.

Жалпы жемқорлыққа көзқарасы тұрғысынан алғанда біздің қоғамды шартты түрде үшке бөлуге болады: бірі – сол әрекетті іс жүзінде жасап, пайдаға белшесінен батып отырғандар, екіншісі – алғашқы топтың іс-

әрекетіне барынша қарсылық танытып, оларды сынап, жазғырып, әділдік іздеп, шырылдап жүргендер, үшіншісі – аталған мәселеге немқұрайдылықпен қарайтын, өзіне тікелей қатысы жоқ деп санайтын, оны талдап-тексеруден түк шықпайды деп ойлап, жайбарақат жатқан бейтарап топ. Біз осылардың екіншісіне, яғни ұйқыда жатқан қалың бұқараны оятуға әрекеттеніп, барын салып жүрген журналистер мен ұлт жанашырларының мақалаларына, онда жұмсалатын стереотиптердің түрліше *перифразалануына* назар аударамыз. Қазіргі массмедиада мұндай қолданыстар көп, сондықтан қазақтың «Ұр тоқпақ» ертегісінің желісімен жасалған перифразаларға арнайы тоқталамыз.

Кез келген халықтың ауыз әдебиеті болатыны, ондағы шығармаларда адамгершілік, әділдік, адамдар арасындағы мейірім, қайырымдылық, жанашырлық, сыйластық, адалдық сияқты көптеген қасиеттердің дәріптелетіні мәлім. Тіпті ойдан шығарылған ертегінің өзінде аталмыш қасиеттерді кішкентай баланың түсінігіне лайықтап, жеңіл түсінілетін формада танытуға ұмтылыс байқалады. Осылайша адамның айналасын қабылдауы, қоршаған ортасына, жеке адамдарға, белгілі бір ұлтқа, қоғамдағы құбылыстар мен оқиғаларға деген көзқарасы бала кезінен бастап біртіндеп қалыптасады. Сөйтіп ересек өмірге қадам басқанда адамның өмірдегі барлық оқиға-құбылыстарға қатысты белгілі бір стереотип санасында орнығып үлгереді. Түрлі жағдаяттарға тап болғанда адам оларды сол стереотиптерден тұратын өлшемге салып көріп, соған сәйкес оң немесе теріс бағасын беріп, өзі дұрыс деп тапқан шешімдерді қабылдайды.

Ғалым Н. В. Уфимцева стереотиптерді екіге бөледі: *этникалық стереотиптер* – этнос мүшелерінің өздеріне байқала қоймайтын, санадан тыс қалыптасқан ұжымдық мінез-құлық ерекшеліктерінің жиынтығы. Этностың стереотиптерін арнайы меңгерту, үйрету қажет емес, ол сол этнос мүшелерінің өздеріне ғана тән, соларға ғана жарасатын ұрпақтан-ұрпаққа жалғасатын құндылықтары болып саналады. Ал *мәдени стереотиптер* саналы түрде туындайтын, өзге ұлттар да қабылдауға, қайталауға болатын, кең таралу мүмкіндігі жоғары мінез-құлық пен стандарт этикет нормаларының жиынтығы [5]. Мәдени стереотиптерді үйренуге, көшіруге, тасымалдауға болады.

О. Кленбергтің ойынша, этникалық стереотип – белгілі бір ұлт немесе өзге ұлттық топ туралы адамдардың санасында қалыптасқан ойсурет. Бұндай бейнелер мен түсініктер әдетте қоғамда таралу жолымен тұрақталады [6]. Сөйтіп ұлт туралы тұрақталған түсінік-бейне үздіксіз қайталану арқылы стереотипке айналады, өйткені стереотиптер зейін қойып, арнайы тыңдауды қажет етпейді, олар стихиялы түрде, қалыпты ойлау барысында санада еріксіз сақталып қалады. Н. А. Ерофеевтің пайымдауынша, ұлтқа қатысты осындай типтік түсініктердің астарында тарихи негіз жатады. Олар санада

ұлтты танытушы тарихи мәлімет ретінде сақталып, кейін өңделе келе жалпыадамзаттық қарапайым түсінікке айналады екен [7].

Жалпы ұлт туралы типтік түсінік-бейнелер ең алдымен сол халықтың сыртқы кескін-келбеті мен ішкі жан дүниесіне тән мінез-құлықтық өзгешеліктерінен туындайды. Кең таралған түсінік бойынша, қазақтар қонақжай, ағылшындар – бекзат, немістер уақытқа мұқият, итальяндықтар өте эмоционалды, қытайлар енбекқор халық ретінде стереотиптелген. Осындай ортақ түсініктің қалыптасуына сол ұлттың типтік мінез-құлқы негіз болған.

Ғалымдардың зерттеулері бойынша, *астырт және үстірт деңгейлі* стереотиптер болатыны дәлелденген. *Үстірт стереотиптер* – белгілі бір халықтың ішкі саяси, тарихи, халықаралық жағдаяттарымен өлшенген немесе әрбір кезеңдегі елеулі оқиға факторларымен таңбаланған таным-түсініктерінің айқын көрінісі деп белгіленеді. Үстірт стереотиптер қоғам дамуына, онда болып жатқан өзгерістер ағымына орай өзгеріп отырады. Ал *астырт стереотиптер* сол үстірт стереотиптердің ішіндегі ұлтты танытуға бағытталатын ақпараттардың терең сақталып қалуымен ерекшеленеді. Астырт стереотиптер санада мәңгілік сақталатын қасиетімен өзгешеленеді. Демек, олар ұлт мінезіне баға беретін немесе сол ұлтты сипаттайтын деректердің құнды сүзгісі болып саналады [4].

Жалпы қазақ тілінде жемқорлық ұғымына қатысты *биені бүгімен, түйені түгімен жұту; құлқыны кең; жең ұшынан жалғасу* деген фразеологизмдер бар, олар *жебір, жемқор, парақор, біреуден ойсырата пара алу, елді қанау* мағыналарында жұмсалады.

Ертеректе үстем тап өкілдерінің шапаны ұзын жеңді, етегі жерге тиетін болып тігілген екен. Хан, сұлтандардың киімдері етегі жерге сүйретілмеуі, әрі салтанат үшін оны көтеріп жүруге арнайы адамдар тағайындалатын болған. Мұсылман жазба деректерінде қыпшақ әмірлерінің әйелдері киген киімнің етегін көтеріп жүретін қызметші қыздар ұстағаны туралы айтылады. Сондай-ақ әр тап өкілдерінің шапанында қолданылатын материал, түсі, әшекейі де әр түрлі болады екен. Сол шапанның пішімі мен материалына қарап адамның қоғамда алатын орнын анықтаған екен.

Қазақ тіліндегі елге білдірмей, жасырын жасалған істі меңзейтін «жең ұшынан жалғасу» деген фразеологизм осындай ұзын жеңді шапан киетін үстем тап өкілдерінің жымысқы іс-әрекетін сипаттаған. Бұл туралы К.Оразбекұлының «Қанатты сөз – қазына» атты кітабында айтылған [8]. Демек, жемқорлық адамзат қоғамында бұрыннан бар, қазір де көптеген мемлекеттерде кездесетін әлеуметтік құбылыс екен, тарихымызда оның формалары ауысып отырғанымен, мазмұны өзгере қоймаған. Жоғарыда аталған фразеологизмдер сол келеңсіз құбылыстың жалпы *әлеуметтік стереотипке* айналғанын білдіреді. Әсіресе, тәуелсіздік кезеңінде бұрын

жекелеген адамдарға қатысты деп түсінілетін осындай теріс әрекет бұқаралық сипат алып, жаппай дамып, қоғамдық дертке айналды деуге болады. Сондықтан жемқорларды құптамайтын, жазғыратын адамдар оларға деген көзқарасын білдіру үшін тіліміздегі, әдебиетіміздегі көпшілікке етене таныс ұғым-түсініктердің атауларын перифразалап қолданады деп тұжырымдауға болады. Енді «Ұр тоқпақ» идеясына келейік.

Тоқпақ – қазық қағу үшін қолданылатын құрал. Ол сабымен бірге қайыңның безінен жасалады. Тоқпақ неғұрлым салмақты болса, қазық жерге соғұрлым оңай кіреді. Сабы қолға ұстауға лайықтап жіңішкертіледі. Тоқпақпен қаққан ағаш қазық жарылмайды [9].

Қазіргі кезде «тоқпақ» сөзінің атау ретінде қолданылу аясы біршама тарылғаны, бірақ фразеологиялық қорымызда белсенді жұмсалатыны байқалады. Мұны БАҚ мәтіндерінен де көруге болады:

Тоқпағы мықты. Тура сөздің *тоқпағы мықты* [10]. Бұл – қазақтың *Тоқпағы мықты болса, киіз қазық жерге кірер* деген мәтелінің негізінде жасалған перифраза.

Тоқпағы мықты болса. Егер 10 *мәңгурт қазақтан* мемлекеттік тілді үйренуді талап етсең, соның біреуі ғана ұятымен, иманымен, қанында бүлкілдеп жатқан ішкі түйсігімен қазақ тілін *үйренуі мүмкін. Мүмкін...* Ал қалған тоғызы *тоқпағы мықты болса*, қажеттілік болса, жейтін нанынан, мансабынан айырылатынына толық көзі жетсе ғана қазақ тілін үйрену туралы *ойлана бастауы мүмкін. Мүмкін...*[11].

Тіл тоқпағы мықты болса... [12].

Тоқсан тоғысындағы тоқпақ кімдерге тиді?

Облыс әкімі жұмысын жөндемді атқармаған басшыларға сөгіс беріп, қызметінен босатқаны туралы мәтіннің тақырыпаты [13].

Тоқпағы күшті топ [14].

«Қатыгездік халыққа жоғарыдағы шенді-шекпенділерден, байлыққа оңай қол жеткізген шынжыр балақ шұбар төстерден жұғып бастағанын тақырып етіп алып қазақ баспасөзі талай жазған болатын. Төмендегі біз баяндамақ жайт та сол бір мейрімсіздіктің, адамды адам деп құрметтеуден қалған қоғамның, білегі мықтылар *білгенін істеп баққан заманның, жең ұшынан жалғасқан жалды топтың жалғанды жалпағынан кешкен* әрекетінен хабар береді.

Сайт материалының тақырыпаты «Тоқпағы күшті топ» та жоғарыда аталған мәтел үлгісімен перифразаланған. Бұл жерде автор оқырман назарын бірден осы материалға аударуды мақсат еткен.

Мақалаға арқау болған әділетсіздік, кісі ақысын жеу, билікте отырған ықпалды кісілерге арқа сүйеп, түрлі жамандық, тіпті қылмыс жасайтын

жемқорлардың жүгенсіздігі, әлсіздерге көрсеткен әлімжеттік әрекеті – қазіргі қоғамымызда кең таралған жайт.

Журналист өзіне хабарласқан күштіден зорлық пен зәбір көрген әйелдің басынан өткен ауыр жағдайларды сипаттағанда сөз ойнату, түрлі көркемдеу-бейнелеу тәсілдерін шебер пайдаланған:

«Жаужүрек мырзадан жапа шеккен адам ретінде мен *түйткілді жайттардың түйінін тарқатып айтуға бел байладым*,» дейді редакциямызға хабарласқан Жанар есімді замандасымыз... Жаужүрекепен арадағы «жаулық» «Рәш» сауда орталығының құрылысы аяқталып, пайдалануға берілу қарсаңында басталыпты...».

Бұл үзіндіде бас кейіпкер есімінің бас әрпінен («Ж») бөлек, «т», «б» дыбыстарының бір сөйлемде бірнеше рет қайталануы арқылы автор оқырманға тигізетін әсерді күшейте түсуді көздеген, яғни *қарқындандыру* прагматингвистикалық тәсілін қолданған.

«2005 ж. қыркүйекте «Тигрохауд» фирмасы құрылтайшыларының бірі Саят Есімхановқа оқ атылады... оның бас директоры Ә. Жаужүрек сауда орталығының ашылуына екі ай қалғанда жылжымайтын мүлік құны шарықтап, миллиондаған доллармен есептеле бастағанда жалғыз өзі қожайын болып қалуды ойласа керек... Оқиғаның алдында Есімхановқа жөнсіз жала жабудан бас тартқан мамандардан «арылу» науқаны жүріп өткен көрінеді».

Бұл да – бұқараға бұрыннан таныс, бәсекелестерден құтылу үшін қолданылатын тәсіл, оған соңғы отыз жылда елімізде ешкім таңғалмайтын дәрежеге жеткені белгілі.

«Осы арада оқырман қауымға Сәт Тоқпақбаев дейтін генерал-депутатымыз жайында айтуға тура келеді. Ол депутат болғалы бері алты рет мәлімдеме жасапты. Солардың *соқталысы жаңағы Жаужүректің* басындағы «драмамен» байланысты болды.

2008 ж. Тоқпақбаев Алматыдағы *бақалшы саудагерлер басқан* «Тигрохауд» базарының бас директоры Ә. Жаужүрекке қоңырау шалып: «Әй, әлгі менің атыма жіберетін хаттарыңды тездетіп жіберсеңдерші» деп ашуланады».

Бұл жерде автор депутаттың базаршыға ашуланатындай, тіпті дауыс көтеретіндей қатынаста екенін меңзеп отыр.

«Тоқпақбаевтың қоңырау шалғаны жайында еліміздегі баспасөздің біразы жазды. Елге таратты...».

Мәтін үзіндісінде жемқорлық жайлаған елде заң бұзушылықтың ашық түрде жасалатыны, оған ешкім қымсынбайтыны, заңсыздықтың жалғаса беретіні айтылып отыр.

«Тоқпақбаевтың «Жаужүрекке қоңырау соққан жоқпын» дегені ...ізінше «Иә, қоңырау шалдым. Маған *халық қалаулысы* ретінде мыңдаған адам

арыз шағым айтып жатады. Жаужүрек соның бірі» деп ақталып баққанын да *ақпартқа құлақ тосып отыратын жұрт* біледі... бұл кісі өзінің *батыршалыстығына басып*, әрі депутат ретіндегі құқының ерекше екеніне екпін түсіріп «Менің Жаужүреппен ұялы телефон арқылы сөйлескенім неге тыңдалады?» деп *шу көтеріп*, мәжілістің төрінен мәлімдеме жасап тастады...».

Бұл да – «биік астаудан су ішіп үйренген» депутаттың үстемдік позициясын көрсететін мысал.

«Сөйтсек, Сәкең бекерге бүлініп, Жаужүрек мәселесіне келгенде бекерге *жанығып жүрмеген сияқты*... «Тигрохаудта» *қара табан бұқарадан құқығы ерекше тұлғалардың таныстары*, жақындары қызмет етіп, жалақы алады екен».

Бұл жерде автор *құқығы ерекше тұлғалар деп депутат мандатын, билік басындағыларды* меңзеп отыр.

«*Жанар жағасын ұстап шошына отырып Жаужүректен үрейленіп, үш жыл бойы жер бетіндегі тозақты кешкенін* еске алады... Қазіргі кезде Жаужүректің *жақтастары* сотқа әртүрлі БАҚ арқылы қысым жасап жатқанын да *жасырмады*... Себебі Жаужүректің тумалас *жақын ағайындары атынан ат үркетін айдік қызметтерде істейтін* көрінеді. Бәрі шетінен *төбесін бұлт шалмайтын биік тұлғалар екен-міс*... Олардың Жаужүректі *темір тордан суырып алатын* құзыреті де бар екен. Бірақ, «олардың» кімдер екенін айта алмады...».

Әрі қарай автор «*Тигрохауд*» *империясындағы қылмыстарды* санамалап береді: *...миллиондаған теңгенің желге ұшқаны* анықталса да... қаржы полициясы *салық төлеуден жалтарғандарға жайбарақат қарап отыр*... деп *ағынан ақтарылған Жанар жақтастары Жаужүректің өзге қылмыстарын* осылайша *жасырып жабуға* көшкенін меңзеді».

Автор «балық басынан шіридінің» кебін киген мемлекетімізге қатысты алаңдаушылығы мен шарасыздығын «*Тоқпақбаевтай* депутаттары бар, *тоқпағы мықты топ* одан да зорғысын бүркемелеп, *мысық көмбе жасай салуы* тіпті ғажап емес. Ал, мұндай топтың алдында *коррупциямен күрестің өзі көзапара іс* болып қала бермек. Және оны көріп те жүрміз...» [14] деген жолдармен түйіндейді.

Жалпы ғылымда этникалық, ұлттық, топтық және гендерлік стереотиптер мәселесіне арналған ғылыми еңбектер едәуір. В. П. Трусов пен А. С. Филиппов [15], Л. А. Джексон, Д. А. Левандовски, Дж. М. Ингрэм, К. Н. Ходж [16] сынды шетел ғалымдарының зерттеулері жарыққа шыққалы ғасырға жуық уақыт өтті. Алайда бұл салада шешімін таппаған мәселелер әлі де бар. Атап айтқанда, ұлттық ғалам бейнесіндегі стереотиптерді қазіргі ақпарат тасқыны заманында тіл ұстанушының айналадағы әлеуметтік, саяси,

мәдени проблемаларға деген оң немесе теріс көзқарасын қалыптастыру үшін перифразалап қолдану жолдары осы уақытқа дейін арнайы қарастырылмаған. Қазіргі медиа кеңістікке жасалған шолудан бұл мәселені тіл білімінде кеңінен қарастыру қажеттілігі анық байқалады.

Қорытынды

Жоғарыда баяндалғандардан мынадай тұжырым жасауға болады: қолына қалам ұстаған, елімізде, бүкіл әлемде болып жатқан оқиғаларға өзіндік бағасын беріп, халыққа әр істің, әр жағдаяттың ақ-қарасын ажыратып беруге ұмтылатын журналист өз пікірінің дұрыстығын дәлелдеу үшін мәтінін оқырманға, тыңдарманға барынша *түсінікті* және *әсерлі* етіп жазуға тырысады. Оған қоса аудитория назарын бір мәселеге аудару, сонда ұстап тұрудың өзі қиындап бара жатқан қазіргі заманда зейінді басқара білу де күш салуды керек етеді. Медиа мәтін осындай талаптарға сай болуы үшін журналистер сан алуан тәсілді қолданады. Соның ішіндегі ең бір ұтымдысы, материал дайындағанда осы стереотиптерге жүгіну, яғни оқырманды жалықтырып алмау үшін, стереотиптерді түрлендіріп *перифразалау* болмақ.

«Ұр тоқпақ» ертегісінің идеясы – кісі ақысын жеген адамның жазасыз қалмайтыны, түбінде оны қайтарып беруге мәжбүр болатыны жайындағы әділдік принципіне негізделген. Қарапайым халық үстем таптан жапа шеккенде, күштінің тоқпағынан мезі болғанда тәтті қиялға беріліп, осындай ертегілер арқылы жақсылыққа сенгісі келетіні белгілі. Бірақ өмір – ақиқат, онда ертегіге орын жоқ екенін күн сайын медиакеңістікте жарияланып жатқан сансыз мәтіндерден көреміз.

Пайдаланылған деректер тізімі

1 **Липпман, У.** Общественное мнение /пер. с англ. Т.В. Барчунова, под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко [Текст]. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

2 **Сорокин, Ю. А.** Стереотип, штамп, клише: К проблеме определения понятий // Общение: теоретические и прагматические проблемы [Текст]. – М., 1978. – 133–138 сс.

3 **Әлметова, Ә. С.** Әлемнің тілдік бейнесі және стереотип [Мәтін] // Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ Хабаршысы. Филология сериясы. №4 (168). 2017. ISSN 1563-0223.

4 **Сейдалиева, Г. О.** Қазақ мерзімді баспасөзіндегі стереотиптердің лингвопрагматикалық ерекшеліктері [Мәтін]. Философия докторы (PhD) ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. – Алматы, 2017. – 185 б.

- 5 **Уфимцева, Н. В.** Стереотипы национальной культуры в межкультурном общении [Текст]. – М., 2014. – 167 с.
- 6 **Байбурин, А. К.** Этнические стереотипы поведения [Текст]. – Л. : Наука, 1985. – 326 с.
- 7 **Ерофеев, Н. А.** Туманный Альбион. Англия и англичане глазами русских, 1825–1853 гг. [Текст]. – М. : Наука, 1982. – 322 с.
- 8 **Оразбекұлы, К.** Қанатты сөз – қазына. 2-кітап [Электронды ресурс]: <https://books.google.kz>
- 9 Көшпелілердің шаруашылық құрал-жабдықтары [Электронды ресурс]: <https://www.facebook.com>
- 10 [Электронды ресурс]. – <https://massaget.kz/qaarc/qa/14812>
- 11 [Электронды ресурс]. – [facebook.com](https://www.facebook.com)
- 12 [Электронды ресурс]. – <https://turkystan.kz/article/50489-til-to-pa-y-my-ty-bolsa>
- 13 [Электронды ресурс]. – <https://egemen.kz/article/2959-toqsan-toghysyndaghy-toqraq-kimderge-tidi>
- 14 [Электронды ресурс]. – <https://abai.kz/post/2105>
- 15 **Трусов, В. П., Филиппов, А. С.** Этнический стереотип // Этническая психология. [Текст]. – М., 1984. – 210 с.
- 16 **Jackson, L. A., Lewandowski, D. A., Ingram, J. M., Hodge, C. N.** Group stereotypes : Content, gender specificity and affect associated with typical group members // Journal of Social Behavior and Personality. Volume 12, Issue 2, 1997, Pages 381-396. ISSN: 08861641 [Electronic resource]: <https://psynet.apa.org/record/1997-05013-006> (Қаралған күні 07.06.2022).

References

- 1 **Lippmann, U.** Obshchestvennoye mneniye [Public opinion] //per. s angl. T.V.Barchunova, pod red. K. A.Levinson, K. V. Petrenko [Text]. – М. : Institut Fonda «Obshchestvennoye mneniye», 2004. – 384 p.
- 2 **Sorokin, Yu. A.** Stereotip, shtamp, klishe : K probleme opredeleniya ponyatiy // Obshcheniye: teoreticheskiye i pragmaticheskiye problemy [Stereotype, stamp, cliché : To the problem of definitions of concepts // General: theoretical and pragmatic problems] [Text]. – Moscow, 1978. – pp. 133–138.
- 3 **Almetova, A. S.** Älemning tildik beynesi jäne stereotip [Linguistic image and stereotype of the world] [Text] // Bulletin of KazNU named after Al-Farabi. Philology series. #4 (168). 2017. ISSN 1563-0223.
- 4 **Seydaliyeva, G. O.** Qazaq merzimdi baspasözindegi stereotipterding lingvopragmatikalıq erekşelikleri: fil. dok. disser. [Linguopragmatic features of stereotypes in the Kazakh periodical press] [Text]. –Almaty, 2017. – 185 p.

5 **Ufimtseva, N. V.** Stereotipy natsional'noy kul'tury v mezhkul'turnom obshchenii [Stereotype of national culture in intercultural community] [Text]. – M., 2014. – 167 p.

6 **Baiburin, A. K.** [Ethnic stereotypes of behavior] [Text]. – L. : Nauka, 1985. –326 p.

7 **Erofeev, N. A.** Tumannyi Al'bion. Angliya i anglichane glazami russkikh, 1825-1853 gg. [Foggy Albion. England and English through Russian eyes, 1825-1853] [Text]. – Moscow : Nauka, 1982. – 322 p.

8 **Orazbekuly, K.** Qanattı söz – qazına [The catchphrase is treasure]. Book 2 [Electronic resource]: <https://books.google.kz>

9 Köşpelilerding şarwaşılıq qural-jabdıqtarı [Household equipment of nomads] [Electronic resource]: <https://www.facebook.com>

10 [Electronic resource]. – <https://massaget.kz/qaarc/qa/14812>

11 [Electronic resource]. – [facebook.com](https://www.facebook.com)

12 [Electronic resource]. – <https://turkystan.kz/article/50489-til-to-pa-y-my-ty-bolsa>

13 [Electronic resource]. – <https://egemen.kz/article/2959-toqsan-toghysyndaghy-toqpaq-kimderge-tidi>

14 [Electronic resource]: <https://abai.kz/post/2105>

15 **Trusov, V. P., Filippov, A. S.** Ethnic stereotype // Ethnic psychology. [Text]. – Moscow, 1984. – 210 p.

16 **Jackson, L. A., Lewandowski, D. A., Ingram, J. M., Hodge, C. N.** Group stereotypes: Content, gender specificity, and affect associated with typical group members // Journal of Social Behavior and Personality. Volume 12, Issue 2, 1997, Pages 381-396. ISSN: 08861641 [Electronic resource]. – <https://psycnet.apa.org/record/1997-05013-006> (Access date 07.06.2022).

Басып шығаруға 08.09.23 қабылданды.

*К. С.Кобландина¹, Қ. Ө.Есенова², Ә. П. Шахарман³

^{1,2}Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,

Қазақстан Республикасы, Алматы қ.;

³Торайғыров университеті,

Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.

Принято к изданию 08.09.23.

ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ И ПЕРИФРАЗЫ: ПРИМЕНЕНИЕ В МЕДИА ПРОСТРАНСТВЕ

Статья посвящена изучению взаимосвязи между перифразами, встречающимися в медиатексте, и стереотипами, устоявшимися в национальном сознании. Определены и теоретически обоснованы механизмы восприятия в сознании читателя языковых оборотов современных авторов с мотивами произведений устной народной литературы, в частности, на основе сказок и пословиц. Показано, что использование перифразирования уже существующих в сознании народа словосочетаний, их понимание с новой точки зрения реализуется на основе внешнего формального сходства и семантических признаков исходного названия, слова-стимула, стимула. Авторы дают лексико-семантическое описание перифраз, используемых в современном медиапространстве, их место в сознании языкового коллектива, уровень восприятия, особенности понимания, эффект добавления дополнительного смысла к уже известному, оригинальные названия путем их использования в новом контексте на читательскую аудиторию, суггестивные возможности слова и его вариантов в игре слов, их направленность на анализ пословиц и устойчивых выражений с точки зрения прагмалингвистики. Для достижения поставленной цели использовались методы лексико-семантического анализа, фоностилистического, прагмалингвистического анализа. Выявлено, что большую часть информации, публикуемой в современном медиапространстве, особенно при раскрытии тематики на основе аналитических медиатекстов, описании и анализе различных проблем, возникающих в обществе, журналисты склонны перефразировать такие устоявшиеся в национальном сознании стереотипы различными удобными способами.

Ключевые слова: медиатекст, перифраз, стереотип, сказка, поговорка, суггестивный потенциал слов, негативная оценка, коррупция, деревянная дубинка.

*K. S.Koblandina¹, K. O.Yessenova², A. P. Shaharman³

^{1,2}Abai Kazakh National Pedagogical University,

Republic of Kazakhstan, Almaty;

³Toraighyrov University,

Republic of Kazakhstan, Pavlodar.

Accepted for publication on 08.09.23.

ETHNIC STEREOTYPES AND PERIPHRASES: APPLICATION IN THE MEDIA SPACE

The article is devoted to the study of the relationship between paraphrases found in the media text and stereotypes that have become established in the national consciousness. The mechanisms of perception in the mind of the reader of the language turns of modern authors with the motives of works of oral folk literature, in particular, based on fairy tales and proverbs, are determined and theoretically substantiated. It is shown that the use of paraphrasing phrases already existing in the minds of the people, their understanding from a new point of view is realized on the basis of external formal similarity and semantic features of the original name, stimulus word, stimulus. The authors give a lexical-semantic description of periphrases used in the modern media space, their place in the minds of the language community, the level of perception, features of understanding, the effect of adding additional meaning to the already known, original names by using them in a new context on the readership, the suggestive possibilities of the word and its variants in the play on words, their focus on the analysis of proverbs and set expressions from the point of view of pragmatolinguistics. To achieve this goal, the methods of lexico-semantic analysis, phono-stylistic, pragmatolinguistic analysis were used. It has been revealed that most of the information published in the modern media space, especially when revealing topics based on analytical media texts, describing and analyzing various problems that arise in society, journalists tend to rephrase such stereotypes that have been established in the national consciousness in various convenient ways.

Keywords: media text, paraphrase, stereotype, fairy tale, saying, suggestive potential of words, negative assessment, corruption, wooden stick.

Теруге 08.09.2023 ж. жіберілді. Басуға 29.09.2023 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

3,32 МБ RAM

Шартты баспа табағы 23,77. Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген: А. К. Темиргалинова

Корректорлар: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Тапсырыс № 4138

Сдано в набор 08.09.2023 г. Подписано в печать 29.09.2023 г.

Электронное издание

3,32 МБ RAM

Усл. печ. л. 23,77. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка: А. К. Темиргалинова

Корректоры: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Заказ № 4138

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz